



سلسلة كتب المستقبل العربي (٦٩)

الإعلام

وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم

الأميرة سماح فرج عبد الفتاح
باقر النجار
حارث القرعاوي
حسين سعد
رضوان بلخيري

زينب محمد حامد
الصادق الحمامي
عبد الله الزين الحيدري
عصام سليمان الموسى

فاضل محمد البدراني
محمد بنهلال
محمد شطاح
محمد الفاتح حمدي
محمود شمال حسن

تحرير وتقديم
عبد الإله بلقزيز

الإعــــلام

وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم



مركز دراسات الوحدة العربية

سلسلة كتب المستقبل العربي (٦٩)

الإعلام

وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم

الأميرة سماح فرج عبد الفتاح
باقر النجار
حارث القرعاوي
حسين سعد
رضوان بلخيري
زينب محمد حامد
الصادق الحمامي
عبد الله الزين الحيدري
عصام سليمان الموسى
فاضل محمد البدراني
محمد بن هلال
محمد شطاح
محمد الفاتح حمدي
محمود شمال حسن

تحرير وتقديم

عبد الإله بلقزيز

الفهرسة أثناء النشر - إعداد مركز دراسات الوحدة العربية

الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم/ الأميرة سماح فرج عبد الفتاح...
[وآخ.]؛ تحرير وتقديم عبد الإله بلقزيز
٣٨٤ ص. ـ (سلسلة كتب المستقبل العربي؛ ٦٩)
يشتمل على فهرس.
ISBN: 978-9953-82-636-3
١. الإعلام العربي. ٢. الرأي العام. ٣. وسائل الإعلام. ٤. تكنولوجيا الاتصالات. أ. عبد الفتاح، الأميرة سماح فرج. ب. بلقزيز، عبد الإله (محرّر). ج. السلسلة.
302.23

العنوان بالإنكليزية

Media and the Formation of Public Opinion and Human Values

Group of authors

الآراء الواردة في هذا الكتاب لا تعبّر بالضرورة
عن اتجاهات يتبناها مركز دراسات الوحدة العربية

مركز دراسات الوحدة العربية

بناية «بيت النهضة»، شارع البصرة، ص.ب: ٦٠٠١ ـ ١١٣
الحمراء ـ بيروت ٢٠٣٤ ٢٤٠٧ ـ لبنان
تلفون: ٧٥٠٠٨٤ ـ ٧٥٠٠٨٥ ـ ٧٥٠٠٨٦ ـ ٧٥٠٠٨٧ (٩٦١١+)
برقياً: «مرعربي» ـ بيروت
فاكس: ٧٥٠٠٨٨ (٩٦١١+)

email: info@caus.org.lb
Web Site: <http://www.caus.org.lb>

الطبعة الأولى

بيروت، تشرين الثاني/ نوفمبر ٢٠١٣

المحتويات

القسم الثاني

الاتصال، الإعلام والقيم

قائمة الجداول

مقدمة

لم يعد هناك من شك في ما لوسائط الإعلام والاتصال، اليوم، من بالغ الأثر في تشكيل الآراء، وتوجيهها الوجهة المبتغاة من لدن القائمين على الوسائط تلك، وفي التأثير في الأذواق والمعايير، وتنميط الإدراك؛ فالوسائط هذه تقوم، اليوم، بما كانت تنهض به مؤسسات التنشئة الاجتماعية والثقافية من أُسَر ومدارس وروابط أهلية (مدنية ودينية) في ما مضى. ولهذه جميعِها تأثيراتٌ فعّالة بسبب أدوات الخطاب الإعلامي والإلكتروني الجديدة، وفي مقدّمها الصورة، التي تبدو أنجع في تبليغ الرسائل، وأقدر على شدّ الانتباه، واحتكاره، وتعطيل الحاسة النقدية أثناء عملية التلقي أو الاستقبال!

وإذا كان من نوافل القول إن الثورة الجديدة في مجالَي الإعلام والاتصال، التي نشهدها منذ عقدين ويزيد، وفّرت للبشرية المعاصرة من الموارد المعرفية والمعلوماتية ما لم يتوفر لها في أيّ زمن مضى من التاريخ الإنساني، ويسَّرت لها سبل التواصل الدائب مع العالم الخارجي، وكسرت حواجز الاطلاع الكابحة التي كانت تقوم حوائل بينها وهذا العالم الفسيح من المعلومات والمعارف، من طريق كسرها الحدود السيادية التقليدية، وأعادت بناء معاني المكان والزمان في الوعي، بعد اختصارها مساحتهما وإيقاعهما، ورفعت من معدَّل الثقافة العامّة والثقافة السياسية، وما في ركابها من قيم المواطنة والمشاركة في صنع المصير والمساواة بين الجنسيْن...، فإن من نوافل القول ـ أيضاً ـ إن مضاعفات سلبية عدّة تولّدت من هذه الثورة الجديدة: استسهل المعرفة والكفاح الشاق من أجل تحصيلها عبر القراءة، تنميط الوعي والأذواق والمعايير وأقنمتها في أقنوم عامّ أوحدي ومهيمن، توليد قيم جديدة بعمليات قيصرية تتحول معها منظمة القيم إلى ساحةٍ

شوهاء من قيم متنافرة لا تنتظمها علاقة أفقية، تزييف الوعي وقولبته وتغليطه، تمزيق الروابط الاجتماعية، وتنمية قيم العنف والكراهية بين أبناء المجتمع الواحد... إلخ. ولقد أسفرت هذه الظواهر السلبية عن نفسها، وأخرجت ما في أحشائها ممّا يخيف، في السنوات الأخيرة بمناسبة الأزْمات العاصفة التي تهزّ استقرار مجتمعات العالم، وفي جملتها المجتمعات العربية.

تحاول الدراسات، التي يجمعها هذا الكتاب، أن تقرأ ـ كلٌّ بطريقتها ـ لوحة المتغيرات الهائلة التي تولّدت من ثورة الإعلام والاتصال، ووجوه الفائدة والضرر منها، مثلما تحاول أن تقارب بعضاً من الظواهر التي تستوقف الوعي، في مضمار متابعته فصول الأداء الإعلامي: عربيّاً وعالمياً. وهي دراسات تتكامل في مادتها، وتبرّر جمعها في كتاب، مثلما توفّر لقارئها مادة غنية يُطِل منها على هذا العالم الجديد ـ الواقعيّ والافتراضي في الآن عينِه ـ الذي تقمش وسائطُ الإعلام والاتصال نسيجه.

عبد الإله بلقزيز

القسم الأول

شبكات الإعلام والاتصال
في صيغها الجديدة

الفصل الأول

الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية: تحليل لأهم النظريات والاتجاهات العالمية والعربية(*)

محمد بنهلال(**)

مقدمة

كانت فكرة تكنولوجيا الاتصال، باعتبارها أداة لتعزيز المسار والممارسة السياسية، تعقب دوماً الابتكارات التكنولوجية التي يتم التوصل إليها. ففي القرن التاسع عشر، رأى أنصار فلسفة **سان سيمون** في التلغراف وسيلة لتواصُل عالمي بين الشرق والغرب. وتطورت النظرة إلى الآثار التي تنتجها وسائل الإعلام بتطور النظريات، انطلاقاً من ظهور نظرية الثقافة ووسائل الإعلام الجماهيرية، ووصولاً إلى اتجاهات نظرية معاصرة، على نحو ما سنراه في هذا البحث.

وتجدر الإشارة إلى أن العديد من الباحثين أكدوا ابتداء من سنوات السبعينيات أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تدعم الديمقراطية بشكل إيجابي، كما شدّد آخرون خلال سنوات الثمانينيات على دورها في دفع الأنظمة الديمقراطية نحو مزيد من التداول والمشاركة المباشرة للمواطنين في الحياة السياسية. وهكذا، في إطار أزمة الديمقراطية

(*) نشرت هذه الدراسة، في: **المستقبل العربي**، السنة ٣٤، العدد ٣٩٦ (شباط/ فبراير ٢٠١٢)، ص ٧ - ٤٠.

(**) أستاذ باحث في الكلية المتعددة التخصصات، في تازة، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، فاس - المغرب.

التمثيلية التي تعرفها المجتمعات الغربية، ومع انتشار الإنترنت وازدياد استعمالها وسهولة الوصول إليها، ارتفعت التوقّعات الجديدة التي تشير إلى أن الإعلام الجديد[1] وتكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة تقدم وسيلة للتواصل يمكن الوثوق بها، تضمن قدرات تخزين للمعلومات، وتقلل من تكاليف عمليات الاتصال، وبالتالي يمكن أن تساهم في فعالية المسار السياسي والأداء الحكومي[2]، وبصفة عامة الممارسة السياسية كمجموعة من الإجراءات، والخطوات، والأعمال التي تهدف إلى تحقيق أهداف سياسية، أو إلى تحقيق عناصر المشروع المجتمعي للأفراد أو المؤسسات أو التنظيمات المجتمعية بشكل عام (المشاركة في الانتخابات، تنظيم النشاط السياسي، عمليات التعبئة، القرارات السياسية... إلخ).

ويرى البعض أن بالإضافة إلى الآثار الإيجابية في الديمقراطية التمثيلية في المجتمعات الغربية، فإن للإنترنت، وباقي آليات تكنولوجيا المعرفة والاتصال الجديدة الأخرى، آثاراً إيجابية مهمة في الحركات المعارِضة في الأنظمة غير الديمقراطية. كما أنها تدعم الدمقرطة في الدول التي تعيش مسلسلاً للانتقال[3]، وهي بالتالي اتجاهات عالمية تجعل محاولة البحث في الإمكانات التي تمتلكها وسائل الاتصال الحديثة، وفي تفعيل الممارسة السياسية في الوطن العربي، وكذا محدّداتها، ذات أهمية خاصة. وعليه، سنحاول بدايةً تحليل تطور وسائل الإعلام، وعرض الاتجاهات النظرية الرئيسية بشأن آثار وسائل الإعلام، قبل التطرّق إلى تقييم مستويات أدوارها في تفعيل الممارسة السياسية في بُعدها العالمي، وإمكاناتها ومحدداتها في الوطن العربي.

---

(١) من جهة، يعني الإعلام الجديد أشكال التواصل القائمة على العالم الرقمي والمشتملة على النشر من خلال استعمال الأقراص المضغوطة، والفيديو الرقمي والإنترنت، وبالاعتماد على استعمال الحواسب والشبكات اللاسلكية. ومن جهة أخرى، يعني الطرق الجديدة للتواصل في العالم الرقمي، التي تمكّن المجموعات الصغرى من الأفراد من الاجتماع على شبكة الإنترنت، واقتسام السلع والخدمات وبيعها وتبادلها. إنها تسمح للأفراد بامتلاك صوت في مجتمعهم وفي العالم. ويُستعمل تعبير الإعلام الجديد في مواجهة وسائل الإعلام التقليدية، التي تشير إلى أشكال التواصل السابقة على الإعلام الجديد، وتشمل التلفزة، المذياع، الجرائد، والأفلام، المجلات والكتب... إلخ.

التعريف وَرَدَ في: «Definition of: New Media,» *PC Magazine*, <http://www.pcmag.com/encyclopedia_term/0,2542,t=new+media&i=47936,00.asp>.

(٢) Tiago Peixoto, «E-Participatory Budgeting: E-Democracy from Theory to Success?,» European University Institute - Electronic Democracy Center, Working Paper (25 September 2008), p. 6, <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1273554>.

(٣) Pippa Norris, «Will New Technology Boost Turnout?: Evaluating Experiments in E-Voting V. All-Postal Voting Facilities in UK Local Elections,» Harvard Kennedy School, Faculty Research Working Papers Series (2003), p. 2, <http://web.hks.harvard.edu/publications/workingpapers/citation.aspx?PubId=1573>.

أولاً: تطور وسائل الإعلام، والاتجاهات النظرية الأساسية بشأن آثارها

إن مصطلح «الميديا» (Media)، الذي يعني الإعلام، هو مصطلح عام يشير إلى الأداة (كتاب، مذياع، شبكة إلكترونية... إلخ)، لكن يشير أيضاً إلى نقل المعارف والرسائل بين الأشخاص. ويرتبط تطوّر النظريات بشأن الاتصال بتطور وسائل الاتصال التي تتأسس بدرجة كبيرة على التغيرات الحاصلة في التكنولوجيا.

وعليه، من الأهمية بمكان التطرّق إلى التطوّر الذي عرفته وسائل الاتصال الجماهيري قبل التطرّق إلى التطوّر النظري، رغم أن ذلك ينبغي ألّا يدفع إلى الاعتقاد باقتران النظريات بصنف تكنولوجيا الاتصال، التي انصبت على تحليلها، إذ إن العديد من النظريات تبقى صالحة كأساس لفهم أثر وسائل الاتصال التي ظهرت بعد إنشائها، وتجتذب أنصاراً جداً حتى بعد ذهاب مؤسسيها.

١ ـ تطور وسائل الإعلام: من الكتاب إلى وسائل الاتصال الجماهيري

إذا اقتصر كلامنا على الحقبة التاريخية الممتدة من نهاية القرون الوسطى وبداية العصور القديمة[٤] إلى الآن، فإننا نحبذ التطرّق إلى هذه الفترات الطويلة من سيرورة وسائل الاتصال الجماهيري من خلال الحديث عن وسائل الاتصال التقليدية، قبل أن نتطرق إلى وسائل الاتصال الجديدة، محاولين أن نحدد العوامل التي تحكّمت في انتشار الصنفين.

أ ـ وسائل الإعلام التقليدية

يعَدّ الكتاب إحدى وسائل الاتصال التي انتشرت بسبب الأنشطة المتمحورة حول المطبعة في أوروبا في منتصف القرن الثامن عشر. وقبل أن يصير الكتاب أكثر تداولاً، كان اقتناؤه في بداية الأمر مقتصراً على شرائح محدودة تتمثّل في الطبقات المستنيرة من المجتمعات الغربية، التي امتلكت الإمكانات المالية اللازمة لاقتنائه، وبخاصة أن ثمنه كان مرتفعاً بسبب اعتماد طباعته على عمل عائلات احتكرت أشغال طباعة الكتب بنسخ محدودة لكنها غالية.

---

(٤) نصفها بالقديمة لا بالمعنى القدحي أو لأنها لم يعُد لها دور كبير، بل للقول إن الكتاب الورقي، كواحد من أشكالها، ما زال يؤدي دوراً كبيراً لدى الأمم والمجتمعات. واعتماد نعت «قديمة» هو فقط لتمييزها من الوسائل الجديدة التي تعَدّ أكثر انتشاراً وصعوداً في مجتمعات اليوم، فضلاً عن تزايد تأثيرها في الأفراد.

وبعد أن تم التحوّل نحو كتب العلماء وكتب الترفيه، سيعرف رواج الكتب ازدياداً كبيراً، بخاصة مع ظهور الإشهار، الذي خفّض أثمانها بشكل لافت للنظر. ورغم ذلك، لابد من الإشارة إلى أن لحظة الانعراج الكبير في وسائل الاتصال الجماهيرية خلال هذه الفترة ستحصل مع ظهور الصحافة، التي تباع بسبب الإشهار بأثمان تقل عن ثمن طباعتها، فارتفعت النسخ المسحوبة منها من ٨٠ إلى ١٨٠ ألف نسخة، وهو أمر ساهم فيه، إضافة إلى إقبال الجمهور وارتفاع هامش الحرية الذي سمحت به الأنظمة السياسية في أوروبا وأمريكا آنذاك، تطوّر تكنولوجيا الطباعة[٥].

من جهة أخرى، سمح تطوّر التكنولوجيا في ميدان الصورة والصوت للسينما مع بداية القرن العشرين بأن تصبح أداة رئيسية لنقل القيم والرسائل، وتشكّل مجالاً لتعاون مختلف الفنون انطلاقاً من الرواية إلى المسرح والموسيقى... إلخ. ومنذ منتصف القرن العشرين، ستعرف تكنولوجيا الاتصال تطوّراً متسارعاً، انطلاقاً من اختراع المذياع ثم التلفزة، إلى شبكات الاتصال التي مكّنت من سرعة نقل المعلومات، وصولاً إلى البث الفضائي والهواتف النقالة وشبكة الإنترنت.

ب ـ خصائص وسائل الإعلام الجديدة

تشهد تكنولوجيا الاتصال تحولاً كبيراً تجعلنا ننتقل من آلات تعتمد على التماثل (analogue) إلى أخرى رقمية (Digital)؛ من آلات لها وظيفة وحيدة إلى آلات متعددة الوظائف، وهو ما يجعل وسائل الاتصال الجماهيري تملك خصائص ترفع من كفاءتها ومن فعاليتها في القيام بالأدوار التي صُنعت من أجلها. ومن بين اهم هذه الخصائص يمكن الإشارة إلى ما يلي:

(١) الاستعارة والالتقاء

الاستعارة هي قيام وسيلة الاتصال باقتباس المواضيع والتقنيات المستعملة في وسيلة أخرى سابقة لها، أو لاحقة عليها، بشكل لا يجعلها مجرد استعمال مماثل لما تؤديه الوسيلة المستعارة منها. فمثلاً ترتكز معالجة النصوص في الحاسوب على تقنيات الآلة الكاتبة، لكنها تقدّم إمكانات أكثر ممّا كانت توفّره هذه الاخيرة. كما أن التلفزة تستعمل الشاشة المقتسمة والعنوان لتقدم الأخبار، مثلما يحصل في الإنترنت. إن هذا يجعل وسائل الاتصال الجماهيري تتأثر في ما بينها، وهو ما يجعل

(٥) Françoise Tristani, «Histoire des Médias: De Diderot à internet,» edité par Frédéric Barbier et Catherine Bertho-Lavenir, *Réseaux*, vol. 14, no. 80 (1996), p. 187.

تطورها أكثر من مجرد تعاقب يؤدي إلى حلول الوسائل الجديدة محل القديمة منها[٦].

أما الالتقاء، فيشير إلى سفر المضامين بين مختلف وسائل الاتصال، الأمر الذي يؤدي إلى نوع من التوحد في معالجتها، أو إلى حصول تأثيرات متقاربة.

(٢) وسائل الإعلام الجديدة وسائل «ذكية»

صارت وسائل الاتصال اليوم أكثر «ذكاء» لأنها تتوافر على حواسيب صغيرة مدمجة فيها، وذلك حتى بالنسبة إلى الاستعمالات الشخصية، وهو ما يوفّر للمستعمل إمكانية التشفير وفك التشفير، وتخزين المعلومات، متجاوزاً الاستعمال البسيط الذي كان يميز ما سبقها من وسائل الاتصال. فالهاتف النقال في نسخه الحالية لا يقدّم فقط وظيفة الاتصال، وإنما يمكن استعماله أيضاً في معالجة النصوص، والربط بشبكة الإنترنت، وبرمجة المواعيد والمكالمات... إلخ.

كما أن المدوّنات على الإنترنت تسمح للمتصفحين بالتفاعل مع ما هو معروض من خلال انتقاده أو إغنائه، والأمر نفسه ينطبق على الصحافة على شبكة الإنترنت، التي لا تقدّم للمستعمل مقالات صحفية فحسب، بل تعطيه أيضاً فرصة التعليق والدخول مع مؤلفيها في محاورات ونقاشات، بل إنها تشكّل في بعض الأحيان مناسبة لانطلاق مراسلات بين القراء وأصحاب المقالات، وهو ما لا توفّره الصحافة الورقية، مع العلم أن الصحافة الإلكترونية تتكوّن في جزء كبير منها ممّا هو مكتوب في الأولى.

٢ ـ تطوّر النظريات بشأن تكنولوجيا الإعلام

شهدت النظريات التي حاولت تحليل وتفسير أدوار وسائل الإعلام تغييرات مهمة[٧] على مدى القرنين الماضيين. وقد بلغ عدد تلك النظريات ما يقرب ١٥٠

(٦) Sarah Sepulchre, «La Constellation transmédiatique de breaking bad: Analyse de la complémentarité trouvée entre la télévision et Internet,» *Essachess: Journal for Communication Studies*, vol. 4, no. 1 (2011), p. 177.

(٧) تحدث التغييرات في نظريات وأبحاث وسائل الاتصال الجماهيري، مثل الطقس العاصف المضطرب، بشكل سريع جداً، بحيث يصعب تحديد تاريخ دقيق لتلك التغيرات، أو القيام بتحليلها بشكل ملائم. وعلى حد تعبير جينين برايانت (Bryant) ودورينا ميرون (Miron)، تقف وراء تلك الصعوبة عوامل عدة، بعضها يرتبط بوسائل الإعلام ارتباطاً وجيهاً: على سبيل المثال:

أ ـ جميع وسائل الاتصال الجماهيري الإعلامية تشهد تغييرات جذرية في الشكل والمضمون. =

نظرية[٨]، نكتفي باستعراض مضامين بعض نماذجها، رغم أن بعض هذه المقتربات تجاوزها الزمن والأحداث، ابتداء من نظرية وسائل الاتصال الجماهيري في القرن التاسع عشر، ووصولاً إلى مجموعة من الاتجاهات المعاصرة.

أ ـ نظرية وسائل الإعلام الجماهيرية والثقافة الجماهيرية

تعود الأفكار الأولى المندرجة ضمن إطار مرحلة الاتصال الجماهيري إلى النصف الأخير من القرن التاسع عشر، وهي فترة تميزت بالانتشار السريع للمصانع الكبرى في المناطق الحضرية، بالتزامن مع ارتفاع وتيرة هجرة الأفراد من المناطق الريفية إلى داخل المدن في الدول الصناعية، وظهور المطابع التي سمحت بإنشاء الصحف القابلة للبيع بأسعار منخفضة لجمهور من القراء أخذ في الازدياد بوتيرة متسارعة.

وقد تميّز الكتّاب المنتمون إلى هذا المقترب بالتشاؤم حيال ما يمكن أن تؤدي إليه وسائل الاتصال من مساوئ، من قبيل تقويض النظام الاجتماعي القائم والمؤسسات الديمقراطية، وتهديد ثقافة وقيم النخبة آنذاك (ثقافة المجتمع القروي الذي شكّل آنذاك الأغلبية وخضع لمنافسة قوية من المجتمع الحضري المتصاعد في المدن، والمتوسع بفعل ما عرفته الدول الغربية من عملية تصنيع كبرى ساهمت في انتقال مركز الثقل لاحقاً من القرية إلى المدينة، وبخاصة في ظل تصاعد الهجرة من البادية إلى ضواحي

= ب ـ الأشكال الجديدة لوسائل الاتصال التفاعلية، مثل شبكة الإنترنت، التي تغيّر نماذج الاتصال التقليدية القائمة على الاتصال من فرد واحد إلى مجموعة من الأفراد إلى الاتصال من المجموعة إلى المجموعة.

ج ـ أنماط ملْكية وسائل الاتصال، التي تميل بشكل كبير، وبحدة أحياناً، إلى تجاهل الترفيه، والبرامج التربوية والإخبار، والاحتياجات السياسية والاجتماعية....

د ـ تغيّر أنماط المشاهدين وعاداتهم في مختلف أنحاء العالم.

هـ ـ خضوع الأسرة، باعتبارها الوحدة الرئيسية التي يتم فيها استهلاك مختلف وسائل الاتصال واستعمالها، إلى تغيرات ملحوظة تؤثر في استعمال الأفراد لتلك الوسائل وفي سيكولوجيتاهم وثقافاتهم.

و ـ تقوم وسائل الاتصال التفاعلية خلال هذه المرحلة بإعادة تحديد حياة الشباب في المنازل، وذلك حتى في البيئات الأسرية الأكثر تشبثاً بالتقاليد.

تحديات حصر النظريات وتحليلها يطرحها أيضاً تعدّد المقتربات الإبستيمولوجية والمنهجية، التي تؤدي إلى وجود كمٍّ هائل من المعارف بشأن وسائل الاتصال الجماهيري المنتجة من قِبل الباحثين في مختلف تخصصات العلوم الاجتماعية، وإلى نقائص في تحديدها وفهمها. ووضعية تضخّم المعارف حول تلك الوسائل تتكرس أكثر مع انتشار المصادر العلمية المتعلقة بها.

انظر: Jennings Bryant and Dorina Miron, «Theory and Research in Mass Communication,» *Journal of Communication*, no. 54 (2004), pp. 662-663.

(٨) Stanley J. Baran and Dennis K. Davis, *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*, 6th ed. (Boston, MA: Wadsworth, 2010), p. 18.

المدن الصناعية، بهدف حصول المهاجر على الشغل وعلى ما يقدّمه التحضر من بيئة عيش جديدة... إلخ). هذا التشاؤم النظري اختلط مع سيادة نوع من التفاؤل بشأن وسائل الاتصال الجماهيري كأداة يمكن أن تُستعمل من أجل إعادة ترميم النظام المجتمعي القديم أو بناء آخر جديد.

الخصوصية الأساسية لمنظّري المجتمع الجماهيري والثقافة الجماهيرية، هي أنهم بالغوا في التأثير الذي تحْدثه وسائل الاتصال الجماهيري، وفي قدرتها على تحفيز التغيرات المجتمعية والثقافية. إنها تتأسس على خلفية التأثر السريع والتلقائي للأفراد بالرسائل التي تتضمنها تلك الوسائل، وبعدم توفّرهم على إمكانية مقاومتها.

ب ـ نظرية فرانكفورت

أنتجت مدرسة فرانكفورت بصفة مبكرة نموذجاً مبكراً للدراسات الثقافية النقدية لوسائل الإعلام الجماهيرية والثقافة؛ إذ طوّرت هذه المدرسة لوسائل الإعلام مقترباً نقدياً ومتعدد التخصصات يقوم على الجمع بين نقد الاقتصاد السياسي لوسائل الإعلام، وتحليل النصوص، ودراسات الآثار الاجتماعية والأيديولوجية الناجمة عن استقبال الجمهور للثقافة الجماهيرية والإعلام.

وقام أنصار هذه المدرسة، ومن أبرزهم تيودور أدورنو (T. Adorno) وماكس هوركايمر (M. Horkheimer)، بفحص الصناعات الثقافية كشكل من أشكال إدماج الطبقة العاملة في المجتمعات الرأسمالية. لقد كانت مدرسة فرانكفورت واحدة من مجموعات الماركسية الجديدة التي درست آثار الثقافة الجماهيرية وظهور المجتمع الاستهلاكي في الطبقات العاملة التي تنظر إليها على أنها أداة للثورة وفق أدبيات الماركسية الكلاسيكية. وقد حلل أنصار هذه المدرسة أيضاً الكيفية التي تساهم الصناعات الثقافية والمجتمع الاستهلاكي بواسطتها في استقرار الرأسمالية المعاصرة، وسعوا إلى تحديد الاستراتيجيات الجديدة للتغيير السياسي في أفق تحقيق التحرر السياسي[٩].

علاوة على ما سبق، ركّزت مدرسة فرانكفورت اهتمامها على التكنولوجيا والثقافة، مشيرة إلى تحوّل التكنولوجيا إلى قوة رئيسية لتكوين التنظيم الاجتماعي

(٩) Douglas Kellner, «The Frankfurt School and British Cultural Studies: The Missed Articulation,» Douglas Kellner Website, <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/kellner. html>.

وإنتاجه وللسيطرة عليه؛ فهربرت ماركيوز ذهب في مقال صدر له في عام ١٩٤١ (بعنوان «بعض الآثار الاجتماعية للتكنولوجيا الحديثة») إلى أن التكنولوجيا المعاصرة تشكّل أداة لتنظيم وإدامة (أو تغيير) العلاقات الاجتماعية، ومظهراً من مظاهر أنماط السلوك والفكر السائد، ووسيلة للسيطرة والهيمنة. وفي مجال الثقافة، تنتج التكنولوجيا ثقافة شاملة تعوِّد الأفراد على الامتثال لأنماط التفكير والسلوك المهيمنين، وبالتالي توفّر أدوات قوية للرقابة الاجتماعية والهيمنة[١٠].

ج ـ نظرية الأثر المحدود لوسائل الاتصال الجماهيري

مع منتصف الخمسينيات من القرن الماضي، قام لازارسفيلد (Lazarsfeld) وباقي الباحثين في وسائل الاتصال الجماهيرية ذوي النزعة التجريبية، بتجميع كمٍّ هائل من المعطيات والبيانات. وقد دفعهم تحليلها إلى الاستنتاج بأن وسائل الاتصال لم تكن قوية على النحو الذي كان يُخشى منه أو كان يؤمل به. على العكس من ذلك، خلص هؤلاء الباحثون إلى أن الناس يمتلكون آليات عديدة لمقاومة تلك الوسائل، وإلى أن تشكُّل مواقفهم يخضع للعديد من العوامل، مثل الأسرة والأصدقاء والجماعات الدينية. وبدلاً من أن تكون وسائل الاتصال قوة اجتماعية مدمرة، كما ذهبت إلى ذلك نظريات المجتمع الجماهيري السابقة، يبدو أنها تنحو، وفي كثير من الأحيان، إلى تعزيز الاتجاهات الاجتماعية القائمة[١١].

ورغم أن هذه النظرية ظهرت منذ ما يزيد على ستين عاماً، فإنها ما زالت تجد صدى وقبولاً في العديد من الأبحاث الأكاديمية[١٢]، وذلك على الرغم من التحوّلات الملحوظة في البنية الاجتماعية والسياسية، ومن تغيّر زاوية النظر في آثار وسائل الاتصال من الاهتمام بتغيّر المواقف والسلوك على المدى القصير إلى إعطاء الأولوية للآثار غير المباشرة من قبيل إعداد جدول الأعمال، التأطير، معالجة

---

(١٠) Douglas Kellner, «The Frankfurt School and British Cultural Studies: The Missed Articulation,» Douglas Kellner Website, <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/kellner. html>.

(١١) Baran and Davis, *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*, p. 30.

(١٢) تشمل نظرية الآثار المحدودة اليوم مجموعة صغيرة من النظريات الإعلامية، التي ترى أن وسائل الإعلام تقوم، إلى حد ما، بأدوار محدودة في حياة الأفراد والمجتمع الأوسع، وهي نظريات مفيدة بشكل خاص في شرح التأثير على المدى القصير لاستعمال تكنولوجيا الاتصال في أنواع مختلفة من المتلقّين. ويُنعَت كثير من هذه النظريات بالنظريات الإدارية لأنها تُستخدم لتوجيه القرارات العملية لمختلف المنظمات. على سبيل المثال، يمكن لهذه النظريات أن تقود البحث الذي يقوم به المعلنون في التلفزيون من أجل تطوير وتقييم استراتيجيات الحملات الرامية إلى تعزيز مبيعاتهم. انظر: المصدر نفسه، ص ٣٠.

المعلومات، وغيرها من الآليات التي تؤثر في التصورات على المدى الطويل الأجل[13].

د ـ الماركسية الجديدة

انسجاماً مع النظرية الأم الماركسية حول دور وسائل الاتصال الجماهيري[14]، تعتبر مجموعة من المنظّرين المنتمين إلى تيارات الاشتراكية الأوروبية ـ الذين قاوموا بشدة هيمنة الولايات المتحدة بعد الحرب العالمية الثانية، ويُسمّون الماركسيين الجدد ـ أن وسائل الاتصال تمكّن النخب الاجتماعية المهيمنة من خلق سلطتهم والحفاظ على استمراريتها، من خلال استثمار الإمكانات التي تخولها تلك الوسائل، والمتمثّلة في ما يلي:

ـ إنها تقدم آلية مريحة، ولكنها فعالة في تعزيز التصورات المتعلقة بالمجتمع والاقتصاد والسياسة والملائمة لمصالح النخب المهيمنة.

ـ إنها في المجال العام من أدوات الصراع الثقافي التي تمكّن من تكريس ثقافة مهيمنة ودعم استمراريتها.

ـ إنها تُستعمل لتهميش المعارضة، وتقديم الوضع القائم (status quo) باعتباره السبيل الوحيد المنطقي والعقلاني لهيكلة المجتمع[15].

هـ ـ مدرسة الدراسات الثقافية الإنكليزية

خلال سنوات الستينيات، طوّر بعض الماركسيين الجدد في بريطانيا مدرسة النظرية الاجتماعية، التي يشار إليها على نطاق واسع باسم الدراسات الثقافية البريطانية. وقد ركّز المنتمون إلى هذه المدرسة (من أمثال ستيوارت هال وريتشارد هوغارت...) بشكل كبير على وسائل الاتصال الجماهيرية ودورها في تعزيز نظرة وثقافة مهيمنة بين مختلف شرائح المجتمع، حيث درسوا كيفية استخدام وسائل الاتصال، وتوجهوا إلى

---

(١٣) Robert O. Wyatt, «After 50 Years, Political Communication Scholars Still Argue with Lazarsfeld,» *Journal of Communication* (Spring 1998), p. 146.

(١٤) تفترض تصورات النظرية للماركسية في صورتها التقليدية، المبنية على مقولات الصراع الطبقي وغيرها من مفاهيم هذه النظرية، أن وسائل الاتصال الجماهيري تكون دوماً تابعة وخادمة للمصالح الأيديولوجية للطبقة المهيمنة في مجتمع الطبقات. تلك الطبقة التي تقوم بالتحكم في مضامينها وتطويعها لكي تستجيب لتلك المصالح.

(١٥) Baran and Davis, Ibid., p. 34.

تقييم كيف يمكن أن يؤدي ذلك الاستعمال إلى جعل الناس يساندون الأفكار التي تدعم النخب المهيمنة.

إن هذا الموقف النظري الذي تتبنّاه الدراسات الثقافية ينسجم مع مشروعها الأوّلي الذي وضعه ريتشارد هوغارت وريمون ويليامز وتومسون أ.ب.، سعياً إلى حماية ثقافة الطبقة العاملة من الثقافة التي تنتجها الصناعات الثقافية. وهو مشروع يفترض أن الطبقة العاملة الصناعية تعَدّ قوة التغيير التقدمي، يتعيّن تعبئتها وتنظيمها من أجل النضال ضد عدم المساواة في المجتمعات الرأسمالية القائمة، ومن أجل مجتمع اشتراكي أكثر مساواة.

علاوة على ذلك، تجدر الإشارة إلى أن الدراسات الثقافية البريطانية اهتمت أيضاً بثقافات الشباب بهدف إيجاد أشكال جديدة للمعارضة وللتغيير الاجتماعي؛ حيث أظهرت الدراسات الثقافية البريطانية كيف تشكّل الثقافة نماذج متميزة للهوية وللعضوية في الجماعة ذات مقومات كبيرة لمقاومة الثقافة والهوية المهيمنة، وخلق هويات وأنماط خاصة بها[١٦].

و ـ الاتجاهات النظرية الحالية

أدى تغيّر المعطيات السوسيولوجية والتكنولوجية في المجتمعات المعاصرة، وظهور وسائل الاتصال الجديدة، إلى بروز محدودية كبيرة في قدرة المقتربات النظرية السابقة على تحليل وتفسير أدوار وسائل الاتصال الجماهيري، وتأثيرها في الأفراد. ورغم مرور عقود عديدة على ظهور نظرية الأثر المحدود لوسائل الاتصال الجماهيرية، فقد حافظت هذه النظرية على نوع من الجاذبية في دراسات الاتصال الجماهيري. لكن يجب ألّا يحجب هذا عن التحليل ما تتعرض له نظرية الأثر المحدود نفسها من انتقادات تتمثّل في عدم قدرتها على تفسير الحالات التي يبدو فيها جلياً أن وسائل الاتصال الجماهيري تقوم بدور كبير في التغير الاجتماعي، ولها تأثير قوي في الأفراد. ومن الأمثلة على ذلك تأثير التلفزة في سلوك الأطفال، ورفع المنتديات الاجتماعية وشبكة الإنترنت من قدرة الأفراد على التعبئة والتنظيم... إلخ.

ويمكن القول إننا اليوم في بداية سياق ظهور نظريات جديدة حول أثر وسائل الاتصال الجماهيري، سواء في شكلها التقليدي أو في شكلها الجديد. ومن بين أمثلة

---

(١٦) Douglas Kellner, «The Frankfurt School and British Cultural Studies: The Missed Articulation,» Douglas Kellner Website, <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/kellner. html>.

النظريات التي تحاول مقاربة وسائل الاتصال بطريقة مختلفة عن المقاربات السابقة، نظرية الإطار (Framing Theory)، التي تنحو إلى تفسير السيرورة التي يمتلك من خلالها الأفراد التصوّرات حول قضية، أو يعيدون توجيه تفكيرهم حولها، بحيث يشير الإطار إلى مجموعة من المفاهيم المجردة التي يستعملها الأفراد لتنظيم وهيكلة المعاني الاجتماعي للأحداث والرسائل.

ووفق هذه النظرية، يتولّى الإطار المكوَّن من قِبل كلّ شخص تنظيم واقع الحياة اليومية لديه، وذلك من خلال إعطاء معنى لما يقع من أحداث، وتعزيز تعريفات وتفسيرات معيّنة للقضايا السياسية. ويعمل الباحثون على تتبّع ودراسة الأطر التي يملكها الأفراد، من أجل تحديد الاتجاهات في تعريف القضايا، والكيفية التي يتم التعاطي بها معها، ومقارنة تغطية وسائل الاتصال لها وفحص الاختلافات في تلك التغطية(١٧). أما أهمية دراسة الأطر، فتتمثّل في كون هذه الأخيرة تؤثر في مواقف الجمهور وسلوكاته، وهو تأثير تفسره تلك النظرية بكون الأطر التي تستخدمها النخب (على سبيل المثال، السياسيون، ووسائل الإعلام، وجماعات المصالح... إلخ) يعيد الجمهور استخدامها عادة، متخذاً ما توحي به وتؤدي اليه تلك الأطر من مواقف وقرارات وسلوكات(١٨).

ثانياً: الإعلام الجديد وتفعيل الممارسة السياسية اتجاهات عالمية

لوسائل الاتصال الحديثة آثار في الحقل السياسي بصفة عامة، وفي الممارسة السياسية بصفة خاصة. ولعل من أهم مؤشرات تلك الآثار دور تلك الوسائل في تقوية النشطاء (Activistes)، وفي إدخال الانتخاب الإلكتروني وما يترتب عليهما من تفعيل للمشاركة السياسية للأفراد.

١ ـ النشطاء الإلكترونيون

سنحاول أن نرى حجم انتشار النشطاء الإلكترونيين قبل تحليل دور تكنولوجيا الإعلام الجديد في تفعيل أدوارها.

(١٧) Dennis Chong and James N. Druckman, «Framing Theory,» *Annual Review of Political Science*, vol. 10 (2007), p. 106.

(١٨) المصدر نفسه، ص ١٠٩.

أ ـ انتشار الظاهرة

ساهم ازدياد استعمال وسائل الاتصال الجديدة في تغيير جوهر العملية السياسية بصفة عامة، والتعبئة الاجتماعية بصفة خاصة[١٩]، وصار فاعلو الحقل السياسي أكثر ميلاً إلى استخدامها في إطار المهام التي يضطلعون بها، وداخل الأجندة المتحكّمة في تحركاتهم: الاتحادات، الأحزاب السياسية، الحكومات[٢٠].

هذا الاتجاه العميق مسَّ أيضاً مؤسسات المجتمع المدني، التي عرفت ظهور ما يُعرف بالنضال الإلكتروني (E-activism, Electronic advocacy, Cyberactivism, E-compaigning)، الذي يشير إلى استعمال تكنولوجيا الاتصال، مثل الرسائل الإلكترونية والمواقع والـ «بودكاستينغ» (podcasting)، من أجل مختلف أشكال النضال، وذلك بضمان تواصل سريع بين مجموعات المواطنين، وتوزيع الرسائل إلى جمهور واسع، وجمع الأموال على شبكة الإنترنت، والضغط وبناء مجموعات أهلية ومنظمات[٢١].

أشار دوغلاس شيلر في كتابه *New Community Networks* إلى أن حوالى ٥٠٠,٠٠٠ من الأفراد يستعملون بانتظام مئات من شبكات الجماعات على الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية والعالم. إنهم يتوحدون في مختلف المؤسسات المحلية

---

(١٩) من الأمثلة التي يمكن الإشارة إليها في هذا الخصوص ما وقع في إسبانيا؛ فقد شكّلت المظاهرات التي عرفتها إسبانيا في ١٣ آذار/ مارس ٢٠٠٤، عقب التفجيرات في مدريد، تحدياً مهماً للبحث في مجال الاتصال السياسي. فقد لجأ الأفراد، وخصوصاً في المعارضة، لأول مرة في تاريخ إسبانيا، إلى تكنولوجيا الاتصال من أجل تنظيم العصيان المدني السلمي، متّهمين الحكومة بالكذب حول منفذي تلك التفجيرات، وهو الأمر الذي يُبرز رغبة المواطنين القوية في المشاركة في السيرورة السياسية آنذاك بواسطة آليات غير تقليدية للمشاركة. انظر: Oscar García Luengo, «E-Activism: New Media and Political Participation in Europe,» *Confines* (2-4 August-December 2006), pp.66-67, esp. p. 59.

ويعَدّ ما حصل في إيران نموذجاً آخر لاستخدام تكنولوجيا الإعلام الجديد. فبعد الانتخابات الرئاسية الأخيرة وانطلاق الاحتجاجات، سرت المشاهد الملتقطة بواسطة هواتف المحتجين النقالة وكاميراتهم. وقد تضمنت تلك المشاهد المتظاهرين والجرحى، وحتى موت إحدى الإيرانيات، وأيضاً تدخلات رجال الأمن الإيرانيين، وعرفت انتقالاً سريعاً على الإنترنت وبين الحواسيب والهواتف النقالة. انظر أيضاً: Brett Soloman, «Iran: Comment les images de la révolution sont diffusées,» OWNI (4 janvier 2010), <http://owni.fr/2010/01/04/iran-comment-les-images-de-la-revolution-sont-diffusees/>.

(٢٠) W. Lance Bennett, «New Media Power: The Internet and Global Activism,» in: Nick Couldry and James Curran, eds., *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World*, Critical Media Studies: Institutions, Politics, and Culture (London: Rowman and Littlefield Publishers, 2003), p. 15, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1. 1.101.3969&rep=rep1&type= pdf>.

(٢١) «Internet Activism,» Academic Dictionaries and Encyclopedias (2010), <http://en. academic. ru/dic.nsf/enwiki/417469>.

(مثل المدارس، الجامعات، الوكالات الحكومية المحلية، المكتبات والمنظمات التي لا تبتغي الربح) في شكل موارد مجتمع واحد توظف من أجل الاضطلاع بوظائف متعددة، من تمكين الأفراد من التواصل بينهم، عبر الرسائل الإلكترونية، إلى تشجيع انخراطهم في القرارات المحلية وتنمية الفرص الاقتصادية المفتوحة أمامهم(٢٢). إن ذلك يحصل من خلال الآليات التالية:

ـ الربط بين أعضاء جماعة معيّنة، وتشجيع النقاش، وحل المشاكل المشتركة.

ـ تنظيم المعلومات ووسائل الاتصال ذات الأهمية الخاصة لحاجات الجماعات، ولمواجهة مشاكلها بناء على جدول زمني.

ـ مشاركة قاعدة عريضة من المواطنين، بمن فيهم نشطاء المجتمع، والقادة، والجهات الراعية لأنشطتهم، ومقدمو الخدمات، وذلك بشكل مستمر.

ـ العمل على إدماج جميع أعضاء الجماعة، وعلى الخصوص ذوي الدخول المنخفضة، والذين يعانون إعاقات أو محدودية في الحركة.

ـ توفير الخدمات الأساسية بتكاليف عادلة ومعقولة، أو على أساسي مجاني.

ـ دعم الثقافة المحلية(٢٣).

إن ما سبق لا يعني أن الجماعات على شبكة الإنترنت هي جماعات غير موجودة في الواقع، بل موجودة وبحاجة إلى أن يلتقي أفرادها وجهاً لوجه من أجل تمتين الروابط بينهم، وإن تكن الإنترنت هي أحد الفضاءات المهمة لذلك(٢٤).

---

(٢٢) Scott London, «Civic Networks: Building Community on the Net,» in: Rolf Norgaard, *Composing Knowledge: Readings for College Writers* ([n. p.]: Bedford St. Martin's, 2006), p. 656.

(٢٣) المصدر نفسه، ص ٦٥٦.

(٢٤) تمثّل منظمة العفو الدولية نموذجاً مهماً لاستخدام تكنولوجيا الإعلام الجديد؛ فقد صار البريد الإلكتروني الأداة الأكثر حيوية لتعزيز الاتصالات واتخاذ إجراءات سريعة بين أعضاء المنظمة والشبكات الإقليمية التابعة لها. ففي معظم المواقع التي توجد فيها انتهاكات حقوق الإنسان، يوجد عداء اتجاه نشطاء حقوق الإنسان، الذين يمكن أن يواجهوا ردود الفعل على عملهم في مجال حقوق الإنسان. وعليه، أصبح هؤلاء يملكون القدرة، باستخدام البريد الإلكتروني، على إبلاغها عن أي مخاطر تواجههم. وعقب ذلك، يمكن لمسؤولي المنظمة أن يعمموا الخبر على المنظمات المدافعة عن حقوق الإنسان العالمية والمحلية بهدف الضغط على الجهات المعنية من أجل تفادي حصول تلك المخاطر. من جهة أخرى، سمحت تكنولوجيا شبكة الإنترنت لمنظمة العفو الدولية بتطوير برنامج نشر أخبارها، فحوالى ثلاثة آلاف من الملفات ـ المتعلقة بالتقارير الإخبارية والصور أو الفيديو وحملات الأخبار، دعوات اتخاذ إجراءات عاجلة ـ تُرسل يومياً، وفي الوقت الفعلي، إلى محطات عمل الموظفين ومواقع البيانات على الشبكة. كما أن المكاتب الإقليمية للمنظمة تحصل بشكل مباشر على الموارد التي تحتاج إليها في عملها. وعلاوة على ذلك، يُسمح لهذه =

لقد تميّزت الفترة الأخيرة بتطوّر لافت للنظر للنضال الدولي، الذي يتجاوز حدود الدولة الواحدة، من قبيل المظاهرات الحاشدة، والحملات الدعائية المتواصلة ضد الشركات العالمية ووكالات التنمية، وابتكار نظم المساءلة العامة لسلوك الشركات والمؤسسات الحكومية. وهي الأنشطة التي اقترنت بوسائل الاتصال الحديثة، وساهمت الإنترنت بدرجة كبيرة في تحفيزها عبر خفض التكلفة وضمان السرعة. إن الإنترنت والفيديو الرقمي والهواتف الخلوية وغيرها من وسائل الاتصال الحديثة تخوّل الأفراد إمكانية تجاوز إكراهات الوقت والجغرافيا، وتنظيم أنشطة سياسية يصعب تصوّرها من دون تلك الوسائل.

وعندما تكون الجماعات أو شبكات النشطاء غير مراقَبة بواسطة مراكز منظمة، تصير الإنترنت عبارة عن فضاء عام مفتوح يتم فيه تبادل الأفكار وبرامج الاحتجاج بسهولة نسبية، وبسرعة وفي مجال عالمي، من دون أن يرتكز عمل النشطاء على قنوات الاتصال التقليدية، من إعلام أو تلغراف(٢٥).

في هذا الإطار، يذهب أحد الباحثين إلى القول إنه عندما يتعلق الأمر بشبكات غير مركزية وموزعة، يكون من الصعب على أية نخبة مراقبة الأنشطة على الإنترنت؛ فهي تسمح لعملية الاتصال بأن تتم من الفرد إلى الفرد، ومنه إلى المجموعات وحتى من المجموعات إلى المجموعات. فطبيعة التكنولوجيا والمظاهر الاقتصادية تمكّن من القيام بعملية النشر بتكلفة منخفضة نسبياً ومن دون وساطة دار للنشر(٢٦).

في إطار سيرورة وسائل الاتصال الحديثة هذه واستعمالها من قِبل الأفراد والجماعات، ظهرت البرمجيات الاجتماعية(٢٧)، التي ساهمت في إحداث ثورة في

= المكاتب بنشر أخبار إقليمية معيّنة، والبيانات والآراء على نطاق واسع جداً. لمزيد من التجارب انظر: Leah Blaney, «The Historical Development of Activism and Concurrent Technologies with the Arrival of Expansive, Nuanced Cyberactivism,» p. 41, <http://www.leahblaney.com/senior-project/cyberactivism-2.pdf>.

(٢٥) Bennett, «New Media Power: The Internet and Global Activism,» p. 7-8.

(٢٦) يتعلّق الأمر بريدن (Redden)، الذي يؤكد أن الشبكة رخيصة لا بشكل مطلق، وإنما بارتباط مع فعالية توزيع الرسائل. فمن الواضح أنها ليست علاجاً شافياً يضمن حرية التعبير للجميع. وإذا كانت الشبكة في غير متناول جميع من يملكون شيئاً ليقولوه، فإنها تزيد بدرجة كبيرة من أعداد الأفراد الذين يمكن أن يوفروا الوقت والمال لتوزيع المعلومات على الصعيد المحلي والعالمي لأعداد كبيرة من الناس الآخرين. وباختصار، تتيح الشبكة للأفراد والجماعات المحلية الحد من تأثير الفجوة بينها وبين المنظمات الأكثر ثراء.

(٢٧) تُعرف البرمجيات الاجتماعية بأنها مجموع الأدوات التي تمكّن شبكات الأفراد والجماعات من النشوء والظهور بسرعة. وهي تتضمن العديد من وسائل الإعلام والآليات والتطبيقات والبرمجيات التي تقوّي جهود الأفراد، وتمكّنهم من الاتصال بعضهم ببعض، وتوفّر قنوات ربط المجموعات والبيانات الوصفية حول دينامكية الشبكة والتدفقات والحركة التي تعرفها. وهي بالتالي تعطي الشبكات الاجتماعية إمكانية النشوء وقياس درجة =

مجال الإنترنت التقليدية بسبب ما تمنحه للأفراد والجماعات من مجال للمشاركة والتفاعل، وذلك باستخدام بنية تحتية عالمية من أجل خلق شبكات تشكّل جزءاً مهماً في النشاط السياسي والمشاركة السياسية.

ومع الإقرار بهذه الأدوار المتزايدة لوسائل الاتصال الحديثة، وبتوسع استخدامها من قِبل النشطاء، أكانوا محليين أم وطنيين أم دوليين، فالسؤال المشروع الذي يفرض نفسه يتعلق بتقييم أثر التعرض لوسائل الاتصال الحديثة في التعبئة والانخراط؟

ب ـ تكنولوجيا المعرفة والاتصال وفعالية النشطاء

يندرج النقاش حول دور وسائل الإعلام في إطار البحث حول الاتصال السياسي بصفة عامة، وأثر تلك الوسائل في التعبئة والمشاركة السياسية. ومن بين النظريات المتداولة في هذا الخصوص يمكن الإشارة إلى النظريتين التاليتين:

(١) نظريات لانغ

ترجع هذه النظريات إلى كورت لانغ (K. Lang) وغلاديس لانغ (G. Lang) اللذين يقولان بوجود ارتباط بين انتشار شبكات الأخبار وتوسع مشاعر الانقطاع عن العملية السياسية، ذلك بأن طريقة تغطية الأخبار التلفزيونية للأحداث يمكن أن تؤثر في التوجهات الأساسية للناخبين اتجاه المؤسسات العامة. وهما يريان أن تلك التغطية تزيد من حدة العناصر المتضاربة للعملية السياسية التي تغذّي بدورها سخرية الأفراد منها على نحو عام[٢٨].

وفي الاتجاه نفسه، يؤكد ميشال روبنسون أن وسائل الإعلام، من قبيل التلفزة والجرائد، كمصدر للمعلومات السياسية تتسبب في العزوف السياسي، وذلك بفعل العوامل التالية:

ـ الحجم الكبير وغير المتجانس لمشاهدي الأخبار التلفزيونية.

= انتشارها. ومن أمثلة تطبيقات تلك البرمجيات الـ «فيسبوك» الذي نشأ عام ٢٠٠٤ وصار أكبر موقع اجتماعي عبر العالم.

Christina Neumayer and Celina Raffl, «Facebook for Global Protest: The Potential and Limits of Social Software for Grassroots Activism,» Prato CIRN 2008 Community Informatics Conference: ICTs for Social Inclusion: What is the Reality?, Refereed Paper (27-30 October 2008), <http://ccnr. infotech. monash.edu/assets/docs/prato2008papers/raffl.pdf>.

(٢٨) Luengo, «E-Activism: New Media and Political Participation in Europe,» p. 60,

ـ التصورات العامة لشبكات الأخبار.

ـ الطابع التفسيري لتغطية الأخبار التي يقدمها التلفزيون.

ـ تركيز التقارير الإخبارية على العناصر السلبية.

ـ تركيز شبكات الأخبار على المواضيع المرتبطة بالصراعات والعنف.

وقد ترسخ هذا الاتجاه النظري حول وسائل الإعلام في نهاية الثمانينيات وبداية التسعينيات، واتخذ منحى خاصاً في السياق السياسي لأمريكا الشمالية: فأخبار التلفزة في الولايات المتحدة تقدّم الحياة السياسية بطريقة أكثر سلبية من تلك التي تتضمنها الجرائد، ولهذا يمكن القول إن العزوف السياسي يزداد بازدياد الأخبار السيئة في قصص السياسيين والمؤسسات السياسية(٢٩).

وتتعيّن الإشارة إلى أن هذه النظرية تعرضت لانتقادات تتأسس على التأثير الكبير الذي يمارسه الإعلام على مختلف مناحي الحياة؛ انتقادات أدت إلى ظهور نظريات أخرى في مجال التأثير السياسي للإعلام، من بينها نظريات التعبئة السياسية التي سنتطرق إليها في الفقرة الموالية.

(٢) نظريات التعبئة السياسية

على خلاف الاتجاهات السابقة، تشدّد هذه النظريات على التأثير الإيجابي لوسائل الإعلام في المحافظة على المشاركة الديمقراطية وتشجيعها. وبصفة خاصة، يرى أنصارها ضرورة التفرقة بعناية بين الآثار السلبية والآثار الإيجابية لمختلف وسائل الإعلام، للرسائل والمشاهدين(٣٠).

فعلى سبيل المثال، تذهب بيبا نوريس (P. Nourris) إلى أن المستهلكين المنتظمين لأخبار التلفزة والمعتادين قراءة الصحافة السياسية، وبغضّ النظر عن مدى التغطية التي تقدمها تلك الرسائل، هم أكثر ميلاً إلى الاهتمام والاطلاع والانخراط في الحياة السياسية. وعلى العكس من ذلك، يعَدّ المواطنون الذين يتعرضون لمحتويات الإثارة التي تتضمنها وسائل الإعلام أكثر ميلاً إلى اكتساب سلوكات العزوف والسخرية من الأحداث السياسية.

---

(٢٩) المصدر نفسه، ص ٦١.

(٣٠) المصدر نفسه، ص ٦١.

وفي ما يتعلق بوسائل الاتصال الحديثة، لا بد من الإشارة إلى أنها تملك دوراً مهمّاً في الرفع من قدرات المنظمات والهيئات، وبصفة عامة النشطاء، بخاصة أولئك الذين تجاوزوا عتبة الهوة الرقمية أو الأمية الرقمية؛ فوسائل الاتصال الجديدة، ومن ضمنها تكنولوجيا الشبكات في الإنترنت، تخوّل الأفراد والمنظمات فرصة القيام بأنشطة متعددة، كإنشاء المدوّنات أو الانخراط في الشبكات الاجتماعية، وتخوّل مستعمليها إمكانية خفض تكلفة نشر الأخبار والأعمال، وتبوئ «المواطنين الصحفيين» مركزاً مهماً في مواجهة مؤسسات الإعلام التقليدية القوية.

وفي المجال المدني، تعطي الشبكات الاجتماعية للمنظمات الفرصة للتعبئة السريعة للأفراد حول قضايا محددة وتجاوز إكراهات المجال، ما دام أن مدى تلك التعبئة يمكن أن يتجاوز حدود الدولة الواحدة، ويتوجه إلى أفراد منتسبين إلى فضاءات وطنية مختلفة.

ومن جهة أخرى تقدم الحملات الانتخابية مجالاً آخر يتزايد فيه استعمال تقنيات الاتصال الجديدة بشكل يسمح بالقول إننا أمام إمكانات جديدة لتفعيل الممارسة السياسية؛ فحملات النشطاء في الدول الغربية، التي تستخدم المدوّنات والشبكات الاجتماعية في الدعاية على الإنترنت وتوظف المواقع الإلكترونية لجمع الأموال، تجسّد أشكالاً جديدة للانخراط الجماهيري في السياسة؛ انخراط يتميز بالتوجيه الذاتي والعفوية كما يقع أحياناً خارج الهياكل الرسمية للفاعلين[٣١].

في دراسة لأسباب النشاط السياسي لمواطني ٢٠ دولة من أوروبا الشمالية والجنوبية والشرقية، خلص أوسكار لوينغو (O. Luengo) إلى أن الإنترنت هي أكثر القنوات تأثيراً في مستوى النشاط السياسي للأفراد. وبالاستناد إلى متوسط المعاملات كمرجع للمقارنة، حصلت وسائل الاتصال الجديدة على معامل (١١٥)، بينما ينخفض ذلك المتوسط في حالة التلفزة إلى (٠,٧٣)، والصحف (٠,٤٤) (انظر الجدول الرقم ١ ـ ١). وعلى مستوى البلدان التي تظهر دلالة إحصائية، تؤكد هذه النتائج التي يمكن الإشارة إليها وفق ما يلي:

في حالة التلفزيون، لا تظهر في خمسة بلدان من مجموع ٢٠ بلداً أية دلالة إحصائية، بينما يرتفع العدد إلى عشرة بلدان في حالة الصحف. أما في حالة الإنترنت،

(٣١) Rachel K. Gibson, «New Media and the Revitalisation of Politics,» *Representation*, vol. 45, no. 3 (2009), p. 90.

فثمة بلدان اثنان فقط يظهر فيهما أن التعرض لها لا يتصل إحصائياً بالنشاط أو بالفاعلية (activism)، بمعنى أن ١٨ بلداً أوروبياً تؤشر إلى وجود دلالة إحصائية لتأثير الإنترنت في النشاط السياسي[٣٢].

الجدول الرقم (١ ـ ١)

أسباب الفاعلية السياسية في ٢٠ بلداً أوروبياً

	الجنس	العمر	التعليم	النشاط السياسي	في حالة التلفزيون	في حالة الصحف	في حالة الإنترنت	R^2
غرب/ شمال أوروبا								
النمسا	٠,٠٠٧-	٠,٠٢٩	(***)٠,١٤٧	(***)٠,٣٠٩-	(***)٠,٠٨٣-	٠,٠٢٥	(**)٠,٠٨١	٠,١٨٢
بلجيكا	٠,٠١٤	٠,٠٤٧-	(***)٠,١٤٧	(***)٠,٢٩٥-	٠,٠٢٠-	٠,٠٠١	(***)٠,١٠٩	٠,١٧٦
سويسرا	٠,٠٤٥-	(***)٠,٠٩٩-	(***)٠,١٠٦	(***)٠,٣٢٥-	(***)٠,١٥٧-	٠,٠٢١-	(***)٠,١١٠	٠,٢٠٠
الدانمارك	(*)٠,٠٧٧	(***)٠,١٠٥-	(**)٠,٠٨٤	(***)٠,٢٧٩-	(***)٠,١٢٦-	٠,٠٩١	(***)٠,١٨١	٠,١٦١
فنلندا	٠,٠١١-	(***)٠,٠٩٦-	(***)٠,١٤٤	(***)٠,٢٨٥-	(***)٠,١٠١-	(**)٠,٠٦٠	(***)٠,١٦٩	٠,٢١٧
فرنسا	٠,٠٠٤	(*)٠,٠٤٩-	(***)٠,١٧٣	(***)٠,٣٠٧-	(*)٠,٠٥٣-	(*)٠,٠٥٣	(***)٠,١١٨	٠,٢٢٧
المملكة المتحدة	(***)٠,٠٨٤-	(***)٠,٠٧٣-	(***)٠,١٨١	(***)٠,٣٠٥-	(***)٠,٠٨٤-	٠,٠٢٣	(***)٠,١٠٢	٠,٢١٧
إيرلندا	(*)٠,٠٤٧	٠,٠٠٤	(***)٠,١٠٨	(***)٠,٣٠٧-	(**)٠,٠٦٠-	٠,٠٢٣	(***)٠,٠٩٧	٠,١٦٤
لوكسمبورغ	٠,٠٦٨	٠,٠٠٣	(***)٠,١١٣	(***)٠,٢٩٣-	(**)٠,٠٧١	(*)٠,٠٥٣	٠,٠٤٦	٠,١٥٧
هولندا	(***)٠,٠٧٧-	(***)٠,٠٨١-	(***)٠,١٩٠	(***)٠,٢٣٥-	(***)٠,١١٤-	(*)٠,٠٤٢	(***)٠,١١٥	٠,١٨٧
نرويج	٠,٠٠٥	(***)٠,١١١-	(***)٠,١٠٤	(***)٠,٢٧٢-	(***)٠,١٣٧-	(*)٠,٠٤٧	(***)٠,١٨٣	٠,٢٠٣
السويد	(**)٠,٠٧٥	(***)٠,٠٧٧-	(*)٠,٠٤٦	(***)٠,٣٣٩-	(***)٠,٠٨٠-	٠,٠٣٦	(***)٠,١١٤	٠,١٨٣
جنوب أوروبا								
إسبانيا	٠,٠٤٠	٠,٠١٥	(***)٠,١٣٣	(***)٠,٢٤٦-	٠,٠٢٩-	٠,٠٤٣	(***)٠,٢٠٥	٠,٢٢٢
اليونان	(**)٠,٠٦٧	٠,٠١٧-	(*)٠,٠٥٧	(***)٠,٢٦٦-	(***)٠,٠٧٩-	(*)٠,٠٥٢	(**)٠,٠٧١	٠,١٢٦
إيطاليا	٠,٠٢٩	٠,٠٣٤-	(**)٠,٠٨٧	(***)٠,٣٦٥-	٠,٠١١-	٠,٠٣٥	(***)٠,١٠٢	٠,٢٠٧
برتغال	٠,٠٢٨	٠,٠٣٠	(**)٠,٠٨٨	(***)٠,٣٤١-	(*)٠,٠٤٨-	(**)٠,٠٨٩	٠,٠١٧	٠,١٩٢
غرب أوروبا								
تشيكيا	(***)٠,١٠١	٠,٠٠١-	(**)٠,٠٨٠	(***)٠,٢٥٠-	(**)٠,٠٧٢-	٠,٠٣٤	(***)٠,١٧٠	٠,١٦١
هنغاريا	٠,٠١٧-	٠,٠٠٠	(***)٠,١٠٨	(***)٠,١٣٨-	٠,٠٤٣-	(*)٠,٠٥٢	(*)٠,٠٦٥	٠,٠٦٠
بولندا	٠,٠٣٦-	٠,٠٠٣	(***)٠,٢٥٢	(***)٠,١٦٥-	(*)٠,٠٤٦-	(***)٠,٠٨١	(***)٠,٠٩١	٠,١٩٢
سلوفينيا	٠,٠٣٦	٠,٠٣٩	٠,٠٤٠	(***)٠,٢٧٥-	٠,٠٤٣-	٠,٠٢٦	(***)٠,١٥٠	٠,١٢٥

$p<.05$, (*)
$p<.01$, (**)
$p<.001$ (***)

المصدر: Oscar García Luengo, «E-Activism: New Media and Political Participation in Europe,» *Confines* (2-4 August-December 2006), pp.66-67.

(٣٢) Luengo, Ibid., p. 67.

نشير أخيراً إلى أن النشطاء يمكن أن يكونوا ضحية مجهودات التعبئة التي وقفت وراء نجاحهم، وساهمت فيها الإنترنت مساهمة كبيرة. فكما ساعدت هذه الأخيرة على نموهم، فهي تزيد المسافة التي توجد بين تلك الحركات ومؤيديها، ذلك أن سهولة القنوات المتاحة ووفرة المعلومات قد تؤديان إلى نشوء وضعيات يكون المواطن فيها غارقاً في بحر من «الضجيج» الناتج من وجود أعداد كبيرة من الجماعات والقضايا[٣٣]. علاوة على ما سبق، يترتب على النشر المتسرع للمعلومات إلى سوء تقديمها، وبالتالي إلى سوء فهمها من قِبل الأفراد الموجهة إليهم، بسبب اختلاف بيئاتهم، وهو أمر يزداد تفاقماً كلّما ازدادت المسافة التي تفصل عن مصادر المعلومات الأولية.

٢ ـ التصويت الإلكتروني

خلال السنوات الأخيرة، بدا أن التصويت الإلكتروني يسترعي الاهتمام الكبير لمختلف الفعاليات: الحكومات، البرلمانات، الناخبين، الباحثين والمقاولات الصناعية. وقد تزايد ذلك الاهتمام بفعل ازدياد الاعتناء بقضايا الحكومة الإلكترونية، والديمقراطية الإلكترونية، والحكامة الإلكترونية... إلخ. من جهة، وبفعل الرغبة في تجاوز مشاكل الأنظمة الانتخابية المحلية، التي تفتقر بدرجة كبيرة إلى المرونة على مستوى الزمن المخصص للانتخاب وحضور الناخب في مراكز الاقتراع، وتحول في أحوال كثيرة دون قيام المواطنين بالإدلاء بأصواتهم، من جهة أخرى[٣٤].

ويعرف هذا النوع من التصويت بأنه النظام الذي يخوّل الناخب إمكانية الإدلاء بصوته من خلال استعمال نظام إلكتروني عوض ورق الاقتراع؛ إذ بمجرد تسجيل الصوت الإلكتروني يتم تخزينه رقمياً ونقله من جهاز التصويت الإلكتروني إلى نظام عدّ الأصوات[٣٥].

ويمكن القول إن هناك نوعين من التصويت الإلكتروني:

---

(٣٣) Blaney, «The Historical Development of Activism and Concurrent Technologies with the Arrival of Expansive, Nuanced Cyberactivism,» p. 67.

(٣٤) Thomas M. Buchsbaum, «E-Voting: International Developments and Lessons Learnt,» paper presented at: Electronic Voting in Europe: Technology, Law, Politics and Society, Workshop of the ESF TED Programme Together with GI and OCG, in Schloss Hofen/Bregenz, Lake of Constance, Austria, 7-9 July 2004.

(٣٥) Kenneth Benoit, «Experience of Electronic Voting Overseas,» *Second Report from Commission on Electronic Voting 2004*, The Irish Commission on Electronic Voting, p. 315, <http://www.cev.ie/htm/report/first_report/pdf/Appendix%202J.pdf>.

ـ **التصويت** المراقَب من جانب ممثّل الحكومة وسلطات الانتخاب المستقلة، كجهاز التصويت الإلكتروني في مراكز الاقتراع أو المكاتب البلدية، أو في مقار البعثات الدبلوماسية أو القنصلية في الخارج.

ـ التصويت الإلكتروني الذي يمارسه الناخب من دون أن يكون مراقَباً من قِبل ممثّلي السلطات الحكومية، كالتصويت بواسطة الحاسوب عبر الإنترنت (E-Voting)، أو عن طريق الهواتف النقالة (بواسطة الرسائل)، أو من خلال التلفزيون الرقمي، أو الأكشاك العامة التي تزوَّد بأجهزة الحاسوب، أو بآلات التصويت التي يضغط المقترع على زر فيها للإدلاء بصوته سواء كان يحمل البطاقة الإلكترونية الذكية أو لا يحملها(٣٦).

للتصويت الإلكتروني عدة إيجابيات، من بينها:

ـ تمكين الناخبين من الإدلاء بأصواتهم من مكان آخر غير مركز اقتراع الدائرة الانتخابية التي ينتمون إليها.

ـ تسهيل عملية إدلاء الناخبين بأصواتهم.

ـ تسهيل المشاركة في الانتخابات والاستفتاءات لجميع من يملكون حق التصويت، وخصوصاً لمواطني الدولة الموجودين أو القاطنين في الخارج.

ـ زيادة فرص التصويت التي يملكها الناخبون ذوو الإعاقة، أو الذين يجدون صعوبة في الحضور إلى مراكز الاقتراع، أو في استعمال الأجهزة الموجودة في هذه المراكز.

ـ زيادة الإقبال على التصويت والمشاركة في الانتخابات، من خلال توفير قنوات إضافية للتصويت، ومضاعفة جودة الخدمات المقدَّمة إلى المواطنين في هذا المجال.

ـ جعل التصويت يتماشى مع التطوّرات الجديدة التي تعرفها المجتمعات، والمتمثّلة في زيادة استعمال التكنولوجيا الجديدة كوسيلة للاتصال وللانخراط المدني في تحقيق الديمقراطية.

ـ تقليص مدة تنظيم عمليات الاقتراع والاستفتاء، وخفض تكلفته.

ـ إعلان نتائج الاقتراع بسرعة، وزيادة درجة الوثوق بها(٣٧).

---

(٣٦) Buchsbaum, Ibid., p. 32.

(٣٧) المصدر نفسه، ص ٣٢.

وإذا كانت هذه الاعتبارات هي التي تقف وراء زيادة الاهتمام بالتصويت الإلكتروني، سواء على مستوى أصحاب القرار أو مؤسسات المجتمع المدني أو على المستوى الدراسات الأكاديمية، فمن المهم معرفة مدى تأثيرها في المشاركة في اتجاه رفع نسبتها.

في ما يتعلق بدور التصويت الإلكتروني في حفز الانتخابات، ورغم الحوافز التي يطرحها بالنسبة إلى الناخب، يصعب تقديم جواب يصلح لجميع تجارب استخدامه في الانتخابات، سواء كانت محلية أو جهوية أو وطنية، وعلى جميع الدول (ديمقراطية، غير ديمقراطية، في مراحل الانتقال... إلخ.) وفي جميع الظروف (فترات الرخاء الاقتصادي، الركود، الأزمات... إلخ.)، بخاصة أن المشاركة الانتخابية ذاتها تتأثر بمتغيرات معقّدة، عديدة ومتداخلة. ولذلك، نقترح أن يكون المدخل إلى ملامسة علاقة التصويت الإلكتروني بالمشاركة البدء باستعراض بعض التجارب الانتخابية التي اعتمدته:

ـ أظهرت الدراسة التي قامت بها نوريس وتناولت فيها الانتخابات المحلية، التي جرت في إنكلترا في أيار/ مايو ٢٠٠٣، انعدام وجود أرضية صلبة تسمح بدعم الاعتقاد بأن التصويت الإلكتروني من مكان العمل أو المنزل يمكن أن يحسّن نسبة المشاركة. ففي هذه المحطة الانتخابية، اعتمدت إنكلترا ٥٩ دائرة انتخابية تجريبية متاحة لستة ملايين ونصف مليون مواطن (حوالى ١٤ بالمئة من الناخبين الإنكليز)، وسُمح فيها للمواطنين بالإدلاء بأصواتهم عن طريق الإنترنت وهم في منازلهم أو في أماكن عامة، أو عن طريق التلفزيون الرقمي التفاعلي، أو بواسطة رسائل الهواتف المحمولة وزرّ الهاتف، فيما طبّقت باقي الدوائر الانتخابية التصويت العادي في مراكز الاقتراع المحلية[٣٨].

وخلصت الدراسة إلى أن نتائج الانتخابات واستطلاعات الرأي التي أجريت عقبها تؤكد أن استعمال جميع تسهيلات التصويت البريدية أدى إلى نسبة مشاركة بلغت ٥٠ بالمئة مقابل ٣٥ بالمئة في دوائر انتخابية لم تطبَّق فيها تلك التسهيلات[٣٩].

---

(٣٨) Norris, «Will New Technology Boost Turnout?: Evaluating Experiments in E-Voting V. All-Postal Voting Facilities in UK Local Elections,» p. 2.

(٣٩) Pippa Norris, «UNESCO World Report Building Knowledge Societies: The Renewal of Democratic Practices in Knowledge Societies,» UNESCO (2004), p. 19, <http://www.hks. harvard.edu/fs/pnorris/Acrobat/UNESCO%20Report%20Knowledge%20Societies.pdf>.

أما بالنسبة إلى استخدام التصويت الإلكتروني، فيلاحَظ، حسب الجدول الرقم (١ ـ ٢)، أن نسبة ذلك الاستخدام بلغت ٨,٨ بالمئة من المصوتين في ٥٩ دائرة انتخابية، ولم تسجِّل إلا ثلاث دوائر انتخابية منها ارتفاعاً في نسبة المشاركة الانتخابية: فال غويال (١٢,٨ بالمئة)، وشروزبري وأتشام (١١,٣ بالمئة)، وسومرست الجنوبية (٨,٩ بالمئة). أما باقي الدوائر الانتخابية، سجّل حوالى الثلثين منها انخفاضاً في نسبة المشاركة.

وهكذا، فرغم أن التصويت الإلكتروني يساهم في توسيع الخيارات المفتوحة أمام المواطنين في مجال التصويت، فإنه لم يكن فاعلاً في تحسين نسب المشاركة مقارنةً باعتماد وسائل التصويت عن بُعد البريدية، وهو الأمر الذي يفرض على البحث الاجتماعي استكشاف عوامل محدوديته في حالة إنكلترا.

ـ في سويسرا، وقبل تطبيق التصويت الإلكتروني، تضاربت آراء الخبراء حول أثر هذا الأخير في المشاركة. ويمكن التمييز بين اتجاهين داخل تلك الآراء؛ فمركز الأبحاث والتوثيق حول الديمقراطية ذكر أن المشاركة يمكن أن ترتفع، بينما خلصت دراسة أخرى إلى أن التصويت الإلكتروني يمكن أن يرفع نسبة المشاركة بأقل من ٢ بالمئة[٤٠]. وترى ناديا بروم (N. Braum) أن المعطيات المجتمعية حول استعمال التصويت الإلكتروني في ثلاث عمليات استفتاء بسويسرا تدفع إلى الاستنتاج بأن هذا النوع من التصويت يملك إمكانية ارتفاع عدد الناخبين المشاركين في الانتخابات، رغم أن تلك المعطيات غير كافية لتحديد مدى الارتفاع. ومن جهة أخرى، ترى الباحثة أن في الحالات التي يكون للناخب إمكانية استعمال القنوات الأخرى للتصويت عن بُعد يلاحظ تفضيل الأفراد لهذه الأخيرة عوضاً عن التصويت الإلكتروني[٤١].

ـ وفي ألمانيا أشار استطلاع للرأي قامت به جمعية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ووسائل الإعلام الجديدة (BITKOM) إلى أن تطبيق التصويت على الإنترنت خلال انتخاب البرلمان الماضي عزّز مشاركة الناخبين بنسبة ٦ بالمئة. وأشار الاستطلاع أيضاً إلى أن ٤٧ بالمئة من الألمان يفكرون في التعبير عن أصواتهم إلكترونياً

---

(٤٠) المصدر نفسه، ص ١٩.

(٤١) Nadja Braun, «E-Voting: Switzerland' Projects and their Legal Framework,» in: Electronic Voting in Europe: Technology, Law, Politics and Society, Workshop of the ESF TED Programme Together with GI and OCG, in Schloss Hofen/Bregenz, Lake of Constance, Austria, 7-9 July 2004, p. 48.

الجدول الرقم (١ ـ ٢)

دور التصويت الإلكتروني في الانتخابات في إنكلترا

اسم السلطة	عام آخر انتخابات مقارنة	النسبة المئوية من نسبة المشاركة في آخر انتخابات مقارنة	نوع الانتخابات (كلها ـ ثلثها)	مجموع الأصوات المعبّر عنها	النسبة المئوية من المشاركة في أيار/ مايو ٢٠٠٣	النسبة المئوية من التغير في المشاركة من خلال قنوات التصويت الأخيرة	أعداد الأصوات المستعملة قنوات التصويت الإلكترونية	النسبة المئوية من المصوتين المستعملين لقنوات التصويت الإلكترونية	النسبة المئوية من ملاحظات المشاركة باستخدام قنوات التصويت الإلكترونية
فال غويال	١٩٩٩	٣٠,٨	كل	٤٠,٩٠٤	٤٣,٦	١٢,٨	٩,٧٥٢	١٠	٢٣,٨
شروزبوري وأتشام	٢٠٠٢	٤٣,٢	ثلث	٢٢,٠٣٩	٥٤,٥	١١,٣	٤,٠٩	١٠	١٩,٠
سومرست الجنوبية	١٩٩٩	٣٨	كل	٥٣,٣١١	٤٦,٩	٨,٩	٨,٤٢٨	٧	١٥,٨
سانت ألبانز	٢٠٠٢	٣٨,١	ثلث		٤٣,٤				
بازينغستوك ودين	٢٠٠٢	٢٩	ثلث	٢٨,٣١٧	٣٠,٩	١,٩			
نورويتش	٢٠٠٢	٣٥,٣	ثلث	٣٣,٨٦٦	٣٥,٨	٠,٥	٣,٤٤٢	٤	١٠,٧
شيفيلد	٢٠٠٢	٢٩,٧	ثلث	١١٠,٩٨٨	٢٩,٥	٠,٢.	٢٠,٨٤٥	١٢	٣٧
سويندون	٢٠٠٢	٣١,٢	ثلث	٤٠,٨١٢	٢٩,٨	١,٤.	١٠,١٨٩	٧	٢٥
تشيستر	٢٠٠٢	٣٥,٥	ثلث	٢٢,٤٨٢	٣٤	١,٥.	٦,٦٩٩	١٠	٢٩,١
إبينغ فورِست	٢٠٠٠	٣٠	ثلث	١٥,٤٣١	٢٨,٤	١,٦.	١٤,٦٨٣	٢٧	٩٥
روشمور	٢٠٠٢	٣٤,٧	ثلث	١٨,٣٤٥	٣١	٣,٧.	٢,٧٦	٦	١٥
كيريير	١٩٩٩	٣٢,٢	كل	١٧,٦٦٢	٢٨,٣	٣,٩.	٣,٣٧٤	٥	١٥
ستراود	٢٠٠٢	٤٢,٦	ثلث	٢٠,٤٤١	٣٦,٧	٥,٩.	٤,١٧٦	٨	٢٠,٤
إيبسوِيتش	٢٠٠٢	٣٩	ثلث	٢٨,٥١٦	٣١,٩	٧,١.	٦,١٨٣	٩	٢١,٧
جنوب تينيسايد	٢٠٠٢	٥٤,٧	ثلث	٥٢,٣٦٢	٤٦,١	٨,٦.	٦,٠٠٨	٥	١١,٥
ستراتفورد أون آفون	٢٠٠٢	٤٤,٦	ثلث	٢١,٦٦٩	٣٥,٦	٩,٠.	٤,١٧٦	٧	١٩
تشورلي	٢٠٠٢	٦١,٥	ثلث	٣٢,٩	٤٩,٩	١١,٦.	٣,٠٧٢	٦	٩,٠
المتوسط		٣٨,٢			٣٧,٤	٠,٨.	٢٢,٢٧	٨,٨	٢٤,٥

خلال الانتخابات المقبلة، وترتفع النسبة لدى فئة الشباب لتصل إلى ٥٨ بالمئة[٤٢]. وشدّد الاستطلاع على زيادة الاهتمام بالتصويت على الإنترنت، وهو أمر يمكن أن يساهم في النقاش الجاري في ألمانيا حول إدماج التصويت على الإنترنت في قانون الانتخاب الألماني.

إن ما سبق يدفع إلى القول إن تكنولوجيا المعرفة والاتصال لا تساهم في رفع نسبة المشاركة بطريقة جذرية، خلافاً للأمر مع النشطاء، وإن كان يلاحَظ نزوع عدد من الناخبين، وخصوصاً فئة الشباب، إلى اعتمادها، وهو ما يرفع بشكل طفيف نسب المشاركة. وتجارب الانتخاب الإلكترونية المستقبلية هي التي يمكنها أن تبرز التوجهات العميقة في هذا المجال، بخاصة أن أغلبية تطبيقات التصويت الإلكتروني التي حصلت في العالم لم تكن إلا بصفة تجريبية، ولم تشمل جميع الدوائر الانتخابية.

ثالثاً: الإعلام الجديد وتفعيل الممارسة السياسية في الوطن العربي

إن الحديث عن تكنولوجيا المعرفة والاتصال في سياق الوطن العربي لا ينبع من دافع التقليد العلمي أو الترف الفكري، وبخاصة في ظل انتشار دراسة آثار تلك التكنولوجيا في الدول الأوروبية وأمريكا اللاتينية، بل وأيضاً في عدد من الدول الآسيوية، كالصين... إلخ.، وإنما مردّه إلى محاولة رصد آثار اتجاهات عامة تخترق المجتمعات كلها بلا استثناء، ومن ضمنها المجتمعات العربية. وعلى المستوى النظري، يشير عدد من الكتّاب[٤٣] إلى أن الإعلام الجديد يشكّل تحدياً حقيقياً للأنظمة غير الديمقراطية التي تسعى إلى فرض رقابتها على استعمالاته المتصاعدة.

فمع انتشار استعمال وسائل الاتصال الحديثة في البلدان العربية، ازداد اللجوء إليها كأداة للتعبئة، كما تعَدّ أداة مهمة في زيادة وعي الأفراد وتوسيع آفاقهم، وبخاصة في ظل ظهور فاعلين جدد («المدونين»)، وبداية تشكُّل فضاء عام جديد («الشبكة الإلكترونية»). وتتأطر هذه الاتجاهات بدرجة انتشار تقنيات الاتصال الجديدة في

(٤٢) Competence Center for Electronic Voting and Participation, «Increased German Voter Turnout with E-Voting,» *Modern Democracy*, vol. 2, no. 1 (2009), p. 7.

(٤٣) Pippa Nourris, «Democratic Divide?: The Impact of the Internet on Parliaments Worldwide,» in: Pippa Nourris, *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*, Communication, Society and Politics (Cambridge, MA: Cambridge University Press, 2001), p. 3.

المجتمعات العربية وبطبيعة أنظمتها السياسية، وما يطرحه ذلك من سؤال الحرية. وعليه، سنتطرق إلى الإمكانات التي توفّرها تلك التكنولوجيا على مستوى تفعيل الممارسة السياسية، وإلى محدّدات ذلك التفعيل.

١ ـ الإعلام الجديد وسؤال التعبئة والمنتديات

بالنظر إلى أن البلدان العربية لم تتهيأ بعدُ لتطبيق الانتخاب الإلكتروني بسبب ضعف انتشار تكنولوجيا المعرفة والاتصال الجديدة في مجتمعاتها، وبسبب الاستثمارات الضخمة التي يتعيّن القيام بها من أجل تحقيق ذلك، سنحاول رصد دور تلك التكنولوجيا في تفعيل الممارسة السياسية، من خلال تحليل زيادة استعمالها في عملية التعبئة السياسية أولاً، ثم عبر الوقوف على ظاهرة المنتديات السياسية في الوطن العربي، التي عرفت انتشاراً كبيراً خلال السنوات القليلة الماضية، ومن المحتمل أن تزداد أهميتها في السنوات المقبلة.

أ ـ الإعلام الجديد وسؤال التعبئة

رغم حداثة هذه الوسائل في الوطن العربي، يلاحَظ ازدياد كبير في انتشار استعمالها خلال السنوات القليلة الماضية، كأداة للتعبئة الاجتماعية والسياسية في عدد من البلدان العربية، من بينها المغرب ومصر والبحرين والكويت ولبنان[٤٤]. ويعَدّ الصحفيون والمنظمات غير الحكومية مثلاً من أكثر الهيئات استعمالاً للإنترنت في عملهم المهني، كما أن لكثير من تلك المنظمات مواقع إلكترونية. إن أعضاء هذه الأخيرة يستعملون الرسائل الإلكترونية من أجل التواصل في ما بينهم، وكذا صفحات «الويب»، بهدف جلب المانحين.

وفي مجال التعبئة السياسية، يمكن الإشارة إلى الدور الذي قامت به في مصر أدوات الاتصال المتنقلة في الانتخابات البرلمانية والرئاسية لعام ٢٠٠٥؛ فقد استُخدمت الهواتف النقالة من أجل تعبئة وتقوية المجموعات الهامشية في لحظة سياسية حرجة، من زيادة البدائل في التحركات المتاحة للأفراد، وقوى المعارضة، ومنظمات المجتمع المدني. واكتسبت رسائل الهاتف القصيرة (SMS Greetings) منذ عام ٢٠٠٢ شعبية كبيرة، كما اتخذ العديد منها صبغة سياسية. فمن جهة، تضمنت تلك الرسائل انتقادات

(٤٤) Mohammed Ibrahim, «Mobile Communication and Sociopolitical Change in the Arab World,» in: James E. Katz, *Handbook of Mobile Communication Studies* (New York: MIT Press, 2008), p. 261.

انصبت على التوجه نحو الإعداد لتوريث منصب رئاسة الجهورية إلى نجل الرئيس، وكانت من جهة أخرى محاولة لنشر أصوات عدم الرضا السياسي(٤٥).

وتلجأ الأحزاب المعارضة بدورها إلى الإنترنت والرسائل الإلكترونية من أجل تنظيم الاحتجاجات، بل إن النشطاء يقومون بالتقاط صور للعسكريين ورجال الشرطة وهم يقومون بضرب المحتجين، ثم يسربون الصور عبر الإنترنت لإطلاع الرأي العام الوطني والدولي عليها(٤٦).

في ما يتعلق بدول الخليج، يشير ستيف كول (S. Coll) إلى أن نصوص رسائل الهاتف النقال صارت قناة قوية لخطاب حر، حيث يستعمل المتظاهرون تلك الرسائل من أجل حشد الأتباع، ومراوغة السلطات، والالتحاق بسرعة بمواقع الاحتجاج. وهي القناة نفسها التي يستعملها المرشحون لدعوة أنصارهم إلى صناديق الاقتراع، ويستعملها النشطاء الذين لا يكشفون على هوياتهم للمسّ بخصومهم من خلال الشتائم والنكت والقصائد الفكاهية السياسية(٤٧). ورغم التكاليف الباهظة لتعبئة الجماهير بواسطة رسائل الهاتف النقال (٠,٤٠ دولار)، فإن النشطاء لا يترددون، بسبب ارتفاع الدخل الفردي بفضل عائدات البترول، في اللجوء إليها لتوجيه رسائلهم إلى الشرائح المستهدفة من المجتمع.

ولم تكن الرسائل النصية إلا الموجة الحديثة من سلسلة موجات استعمال تكنولوجيا الاتصال من قبل المعارضين خلال السنوات الـ ١٥ الماضية؛ إذ استعمل المنفيون السعوديون والناشطون الإسلاميون نشرات الفاكس خلال بداية منتصف التسعينيات من القرن الماضي، كما استعملوا القنوات التلفزيونية الفضائية التي غيّرت بدورها المشهد الإعلامي خلال الفترة عينها، قبل أن تهيمن خلال السنوات الأخيرة الأقراص المدمجة وأقراص الفيديو الرقمية والإنترنت على قنوات نشر الأفكار السياسية في منطقة الخليج.

وكرد فعل على هذه التوجهات، قامت حكومات المنطقة بممارسة الرقابة على ترخيص أجهزة الفاكس، وإغلاق مواقع الإنترنت التي تعود إلى المعارضين، وتشجيع

---

(٤٥) المصدر نفسه، ص ٢٦٢.

(٤٦) Mark Glaser, «Blogs, SMS, E-mail: Egyptians Organize Protests as Elections Near,» *Online Journalism Review* (August 2005), <http://www.ojr.org/ojr/stories/050830glaser/>.

(٤٧) Steve Coll, «In the Gulf, Dissidence Goes Digital Text Messaging Is New Tool of Political Underground,» *Washington Post Foreign Service* (29 March 2005), p. A01.

المستثمرين المساندين لها على شراء وإدارة القنوات الفضائية. إلا أنها واجهت أسئلة في ما يتعلق بمنع الرسائل النصية للهواتف، لأن من شأن ذلك أن يؤثر في نشاط شركات الاتصال التي ارتفعت أسهمها بارتفاع استخدام الهاتف والرسائل النصية: ٥٥ بالمئة من الكويتيين يمتلكون هواتف محمولة، في حين تصل النسبة إلى ثلث المواطنين في السعودية[٤٨].

يتبيّن ممّا سبق أن النشطاء ومنظمات المجتمع المدني والمنظمات غير الحكومية تعتمد على الهاتف (الهاتف النقال والرسائل النصية)، وعلى الفاكس والتواصل المباشر أكثر من اعتمادها على الإنترنت. أما العامل الأساسي الذي يفسر ذلك، فيتمثّل في ضعف انتشار الإنترنت في المجتمع، بالإضافة إلى المجهودات والتكاليف المطلوبة لاستخدام موقع إلكتروني وصياغته في عملية التعبئة. هذا الاعتبار هو الذي يفسر أيضاً الحضور الضعيف للأحزاب السياسية العربية على الإنترنت[٤٩].

وهكذا، كانت الرسائل القصيرة في مصر أداة أساسية في تنظيم الاحتجاجات ضد غزو العراق في آذار/ مارس ٢٠٠٣، كما كانت في مظاهرات ربيع ٢٠٠٥ في لبنان، عقب اغتيال رئيس الوزراء الأسبق رفيق الحريري. بل إن ممّا يشكّل دليلاً على إدراك الحكومات لأهمية هذه القناة التواصلية، أن الحكومة السودانية قامت بإرسال نص رسالة إلى جميع المشتركين في خدمة الهاتف، التي تهيمن على تقديمها، من أجل دعوتهم إلى المشاركة في مسيرات الاحتجاج ضد قرار الأمم المتحدة الذي طلب من المحكمة الجنائية الدولية التحقيق في مزاعم ارتكاب مسؤولين سودانيين جرائم ضد الإنسانية في دارفور.

وتجدر الإشارة إلى أن الحركات الإسلامية في الوطن العربي كانت أكثر نجاحاً في تصميمها للإنترنت من مثيلتها العلمانية أو الليبرالية. وقد ابتدأ هذا الأمر مع الأيام الأولى للشبكة الإلكترونية العامة (١٩٩٣)، عندما لجأت جمعيات الطلبة المسلمين في أمريكا الشمالية وأوروبا إليها كأداة وسائطية لدعم الوعي الإسلامي العالمي[٥٠]. كما ظهرت المواقع الجهادية الإخبارية مع الغزو الأمريكي للعراق في آذار/ مارس ٢٠٠٣ (**يوميات الإسلام**، وقبل ذلك **مختصر الأخبار** (٢٠٠٢)... إلخ). ومن جهة أخرى تكثر

---

(٤٨) Ibid., p. A01.

(٤٩) Albrecht Hofheinz, «The Internet in the Arab World: Playground for Political Liberalization,» *International Politics and Society (IPG)*, no. 3 (2005), p. 78.

(٥٠) المصدر نفسه، ص ٨٨.

مواقع الإسلاميين الجهاديين رغم تعرّضهم للملاحقة، ولا تستطيع الوصول إلا إلى فئة قليلة من الأفراد تعمل على تتبّع مساراتها من خلال نشراتها الإلكترونية.

في المغرب، عملت الحركات الإسلامية على الاستفادة من الإمكانات التي تتيحها تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة؛ فأنشأت جماعة العدل والإحسان سبعة مواقع إلكترونية(٥١)، في مقابل امتلاك حزب العدالة والتنمية خمسة مواقع(٥٢). وقد جعلت المنظمات مواقعها أدوات للنشر والطباعة والتوزيع، يقوم الأعضاء من خلالها بتحميل مضامين تلك المواقع وطباعتها وتوزيعها (الكتب، المقالات، المنشورات... إلخ.). كما أطلقت الشبكات الاجتماعية المنتمية إليها بغية التفكير في المضامين السالفة الذكر، والقيام بتوضيحها وتبسيطها للجمهور الأقل تعلماً(٥٣). وتستخدم في السياق نفسه البريد الإلكتروني (e-mail) من أجل نشر المستجدات بطريقة منتظمة. ويلاحَظ على تلك التنظيمات بصفة عامة ضعف استعمالها للتواصل التفاعلي الإلكتروني بين أعضائها والمتعاطفين معها(٥٤).

ب ـ الإعلام الجديد والمنتديات

من خلال الاستفادة من تقنيات المدوّنات، يعمل عدد من الأفراد في الوطن العربي على إنتاج صحافتهم وأفكارهم. وكما هو الأمر في مناطق العالم الأخرى، ليس المدوّنون العرب صحفيين بالضرورة، ولا يشعرون بضرورة احترام قواعد قانون الصحافة أو المدوّنات الأخلاقية للصحفيين، فينشرون أعمالاً لا تخضع للرقابة المسبقة لسلطات الاتصال، وهم يُعرفون بالصحفيين المواطنين (Citizen Journalists)(٥٥). هؤلاء المدوّنون يساهمون، من خلال استغلال ما تقدّمه التكنولوجيا الرقمية الشخصية بمضمون متجدد وقوي، في خلخلة احتكارات وسائل الإعلام التقليدية. وقد ظهرت

---

(٥١) هي: موقع عبد السلام ياسين؛ موقع العدل والإحسان؛ موقع رسالة الفتوة؛ موقع دار العدل والإحسان للنشر؛ موقع نادية ياسين، وموقع نشطاء العدل والإحسان.

(٥٢) وهي: موقع منظمة التوحيد والإصلاح؛ موقع حزب العدالة والتنمية؛ موقع انتخابات العدالة والتنمية؛ موقع راشد المدور، وموقع التجديد.

(٥٣) Mohammed Ibahrine, «The Internet and Politics in Morocco: The Political Use of the Intent by Islam-oriented Political Movements,» (Thesis, University of Hamburg, 2005), p. 297.

(٥٤) المصدر نفسه، ص ٢٩٧.

(٥٥) Naila Hamdy, «Arab Citizen Journalism in Action: Challenging Mainstream Media, Authorities and Media Laws,» *Westminster Papers in Communication and Culture*, vol. 6, no. 1 (2009), p. 92.

المدوّنات بداية في المنطقة العربية باللغات الأجنبية[٥٦] (وخصوصاً الإنكليزية والفرنسية) مع حرب الخليج (٢٠٠٣)، إلا أن تحسّن تكنولوجيا الكتابة باللغة العربية ساهم في ظهور عدد كبير من المدوّنين بالعربية. وفي عام ٢٠٠٦، قُدّر عدد المدوّنات بالعربية بـ ٤٠,٠٠٠[٥٧] ومن المحتمل أن يزداد تأثيرها مع ازدياد عدد مستعملي الإنترنت في البلدان العربية. أما عدد المدوّنات السياسية في المنطقة، فيُقّدر بـ ٤٣٦٠ مدونة للأخبار السياسية في المنطقة[٥٨].

وتبدو أهمية دراسة المدوّنات في أنها تمكّن من معرفة مدى تأثير الإنترنت، وبصفة عامة وسائل الإعلام الجديد (لأن المدوّنات قد تتضمن مقاطع فيديو رقمي، صوراً رقمية... إلخ.) على طريقة ممارسة السياسة. ففي الوطن العربي، تقدم المدوّنات الإلكترونية جزءاً من الخطاب العام، وتحليله يساعد على كشف جزء من الأسئلة المتعلقة بالمنطقة وحياتها السياسية، وتسمح أيضاً بفهم تجليات الخطاب على الإنترنت وفي العالم الواقعي للنشاط السياسي، والحركات الاجتماعية، والنزاعات، لأن المدوّنات يمكن أن تُستعمل أيضاً أداة لتعبئة الأفراد، بالإضافة إلى وظيفتها الإخبارية والتواصلية[٥٩].

وبالاستناد إلى دراسة مركز بركمان، وهي بعنوان «خريطة المدوّنات العربية: السياسة، الثقافة والمعارضة»، يمكن القول إن الخطاب الذي تتضمنه المدوّنات العربية يتخذ الأبعاد التالية:

ـ في ما يتعلق بمواضيع السياسة الداخلية والخارجية، تعكس المدوّنات الواقع السياسي والاقتصادي على المستوى الوطني والمحلي لبلد المدوّنات، كما يلاحَظ غياب الحوار العربي ـ العربي داخل فضاءات تلك المدوّنات باستثناء مناسبات مناقشة مواضيع مرتبطة بالغرب، لأن التركيز ينصبّ أكثر على مواضيع السياسة المحلية مصحوباً بانتقادات للزعماء السياسيين[٦٠].

---

(٥٦) وقد مكّنت اللغات الأجنبية المدوّنين والمتفاعلين معهم من مناقشة مواضيع كانت تُعتبر من المحرَّمات في المنطقة العربية، ومن التمتع بحرية أكبر من تلك التي يتمتع بها محررو المدوّنات بالعربية، هذا فضلاً عن امتلاك القدرة على مخاطبة النخب الغربية، من الباحثين وأصحاب القرار، التي تهتم بشؤون المنطقة العربية.

(٥٧) المصدر نفسه، ص ٩٣.

(٥٨) Marc Lynch, «Blogging the New Arab Public,» *Arab Media and Society* (February 2007), p. 5, <http://www.arabmediasociety.com/articles/downloads/20070312155027_AMS1_Mar c_Lynch.pdf>.

(٥٩) Joel Whitaker and Anand Varghese, «Briefing Report: Online Discourse in the Arab World: Dispelling the Myths,» Report of United States Institute of Peace (Washington) (December 2009), p. 2.

(٦٠) Bruce Etling [et al.], «Mapping the Arabic Blogosphere: Politics, Culture, and Dissent,» *Berkman Center Research Publication*, no. 2009-06 (2009), p. 6.

وتغطي المدوّنات ـ إلى حد بعيد ـ المواضيع المتعلقة بالسياسة الدولية، وإنْ ليس بمقدار تغطية مواضيع السياسة الداخلية، فيظهر التأييد للفلسطينيين وقضاياهم شديداً، كما هو الأمر بالنسبة إلى انتقاد إسرائيل.

ـ في ما يتعلق بالأنشطة الإرهابية، تشير الدراسة إلى أن المدوّنات العربية لا تُستعمل من أجل دعم التطرف، والدعوة إلى الكراهية، ودعم الأعمال الإرهابية. أما المشاركة في الجهادية العسكرية، فتبقى مسألة أقلية، ويفسَّر ذلك بأن الجهاديين لا يعملون في المساحات المفتوحة من المدوّنات لأنهم لا يلجأون إلى المدوّنات علانية، ويضعون عوائق للحؤول دون تتبّعهم[٦١]. وتشير الدراسة أيضاً إلى صعوبة تقييم مفهوم يتسم بالذاتية كما هو الأمر مع مفهوم «الإرهاب».

ـ في ما يتعلق بمصادر معلومات المدوّنات العربية، يتجه المدوّنون العرب إلى وسائل إعلامهم الوطنية، كما تحتل المصادر الإلكترونية أهمية خاصة، ولاسيما الـ«يو تيوب» والـ«ويكيبيديا»، ثم المواقع الإلكترونية لقناة الجزيرة وقناة الـ«بي بي سي» العربية[٦٢].

وتطرح المدوّنات في الوطن العربي أسئلة جوهرية في ما يتعلق بقدرتها على تفعيل الممارسة والتعبئة السياسية. وهنا لا بد من القول إنه إذا كانت الحكمة تقتضي التحلّي بنوع من الشك حول فعاليتها، فالواقع يُظهر أن المدوّنات تعرف تغييرات، وتتجه إلى اكتساب أهمية على المستوى السياسي. فالمدوّنون بدأوا يُحْدثون تأثيرات واضحة في عدد من البلدان العربية[٦٣]، بما يمكن أن يسمح للأفراد العاديين بإعادة انخراطهم في السياسة، وشحذ ممارساتهم التحليلية والجدلية، وتجاوز الخطوط الحمر التي تضعها الدولة وتجبر وسائل الإعلام العربية الأكثر استقلالية على احترامها. إن المدوّنات الوطنية تساهم في جعل الزعماء مسؤولين بطريقة تختلف عمّا حققّته وسائل الإعلام التقليدية، بخاصة عندما يلجأ بعض المدوّنين إلى عرض مقاطع من الفيديو الرقمي تتضمن ممارسات لبعض المسؤولين منافية للقوانين أو لأخلاق المجتمع.

---

(٦١) المصدر نفسه، ص ٦.

(٦٢) المصدر نفسه، ص ٣٨.

(٦٣) ومن الأمثلة على هذا الدور المتزايد ما تقوم به مدوّنات حركة كفاية في مصر ومدوّنات في البحرين في أثناء الاحتجاجات السياسية، وفي لبنان خلال مرحلة ما بعد رفيق الحريري، وفي ليبيا في أثناء حملات مناهضة الرشوة، وأيضاً خلال الانتخابات الكويتية لعام ٢٠٠٦. في هذا الإطار، رغم أن للأجواء السياسية تأثيراً مهماً في أدوار المدوّنات: الانتخابات، نقاشات النخبة الحادة، بعض فضائح الفساد والفضائح الأخلاقية، فإن المدوّنات تعَدّ عاملاً مساعداً أو محفزاً للتعبئة السياسية بمناسبتها. انظر: Lynch, «Blogging the New Arab Public,» p. 2.

من التأثيرات الأخرى التي تمتلكها المدوّنات العربية إنعاش المجال العام العربي وتطويره من خلال أشكال جديدة للتحليل والخطابات، وعبر إسماع عدد كبير من الأصوات. هذه السيرورة لا تتم من دون إثارة المدوّنين لردود أفعال السلطات، ومن دون أن تُطرح من جديد الأسئلة المتعلقة بالحرية والتوازن بين النظام العام وحقوق الأفراد وحرياتهم.

وتعرُّض بعض المدوّنين للسجن يعطي رسالة عن المخاطر التي يواجهها المدوّنون السياسيون. كما إنه يكون وراء سلوكات التحفظ والمراقبة الذاتية، وأحياناً العزوف عن ممارسة النشاط السياسي[٦٤]. فإلقاء نظرة على المدوّنات التونسية مثلاً يكشف أن التدوين التونسي نادراً ما يتعامل مع المواضيع التي تتعلق بالسياسة الداخلية. ويقوم المدوّنون الذين يتحدثون في قضايا السياسة غالباً بتحليل ما يقع على الساحة الدولية من دون الإشارة إلى ما يحصل في بلدهم. إن هذا العزوف عن قضايا السياسة التونسية يفسَّر في الغالب بالحذر من التعرّض لردود أفعال السلطات التونسية، التي عبّرت في مناسبات عدة بأنها لا تتسامح مع المعارضين لسياساتها، كما تعرض عدد من مستخدمي الإنترنت للسجن بسبب التعبير عن آرائهم[٦٥].

وإذا كانت الحكومات العربية بصفة عامة تتسامح مع التدوين بسبب انخفاض حجم الجمهور، ولاعتباره أحد المؤشرات التي تمكنّها من التعرّف إلى مصادر الاضطرابات، فإن ازدياد أعداد المدوّنين وتأثيرهم السياسي يطرح ضرورة إيجاد قواعد تحدّد حقوق المدونين وواجباتهم، والحماية والحقوق والمسؤولية التي تقع عليهم. فالمدوّنون لا يُعتبرون صحفيين، وليس لهم إطار نقابي، كما لا توجد قوانين خاصة بالمدوّنات الإلكترونية، الأمر يجب أن يدفعهم إلى التفكير جماعياً وفردياً في إيجاد معايير أخلاقية لهم، بحيث يتلافون التعرّض لعقوبات بسبب مدوّناتهم[٦٦].

---

(٦٤) تشكّك الباحثة نائلة حمدي في قدرة العقوبات على ردع المدوّنين وعلى ثنيهم عن التدوين، وتفسر ذلك باعتبارين اثنين: (١) كون أغلبية المدوّنين تنتمي إلى فئة الشباب يجعلها تتمتع بالشجاعة الفطرية، وعدم الخوف، والرغبة الكبيرة في التعبير عن آرائها. (٢) أغلبية الكتاب في المدوّنات هي في الأصل نشطاء سياسيون يعَدّ التدوين بالنسبة إليهم امتداداً لنشاطهم السياسي، وهم لذلك لا يبالون بإزعاج السلطات الذي يعتبرونه فخراً، ويتعمّدون أحياناً استفزازها ما دام القبض عليهم هو أحد الطرق للتعريف بقضيتهم.

(٦٥) انظر: Hamdy, «Arab Citizen Journalism in Action: Challenging Mainstream Media, Authorities and Media Laws,» p. 105.

(٦٦) Lynch, Ibid., p. 25.

٢ ـ محدّدات الإعلام الجديد في الوطن العربي

لقد أبرز المحوران السابقان التأثير الذي يمارسه الإعلام الجديد على مستوى أدوار النشطاء السياسيين والمدوّنين. ورغم تصاعد أهمية هذا الإعلام في العمل السياسي، لابد من الإشارة إلى أن فعاليته وتأثيره الإيجابي يبقيان مرهونين في الوطن العربي بمجموعة من العوامل، في مقدمتها درجة انتشار وسائله، أي تكنولوجيا المعرفة والاتصال في المجتمعات العربية، بالإضافة إلى هامش الحرية التي تكفله الأنظمة السياسية لوسائل الإعلام بصفة عامة، ومن ضمنها الأشكال الجديدة منها، المتمثّلة في الإعلام الجديد، وطبيعة ثقافة الأفراد، وإن كانت تشجعهم على استعمالها... إلخ. وسنركز في هذا الخصوص على العاملين الأولين.

أ ـ انتشار تكنولوجيا المعلومات والمعرفة في المجتمعات العربية

لقد عرف انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة في الوطن العربي خلال السنوات الأخيرة طفرة مهمة، إلا أن تعزيز ذلك الانتشار ليشمل جميع شرائح المجتمعات العربية يعَدّ رهاناً جوهرياً لتفعيل مساهمتها في تطوير الممارسة السياسية للفاعلين كافة، ولتحقيق الانتقال إلى مجتمع المعرفة.

في هذا الإطار، نستشهد بمؤشر البنك الدولي لتكنولوجيا الاتصال والمعرفة، الذي يركّز على التقدّم الذي تسجّله الدول على مستوى انتشار خطوط الهاتف الثابت والحواسيب والإنترنت.

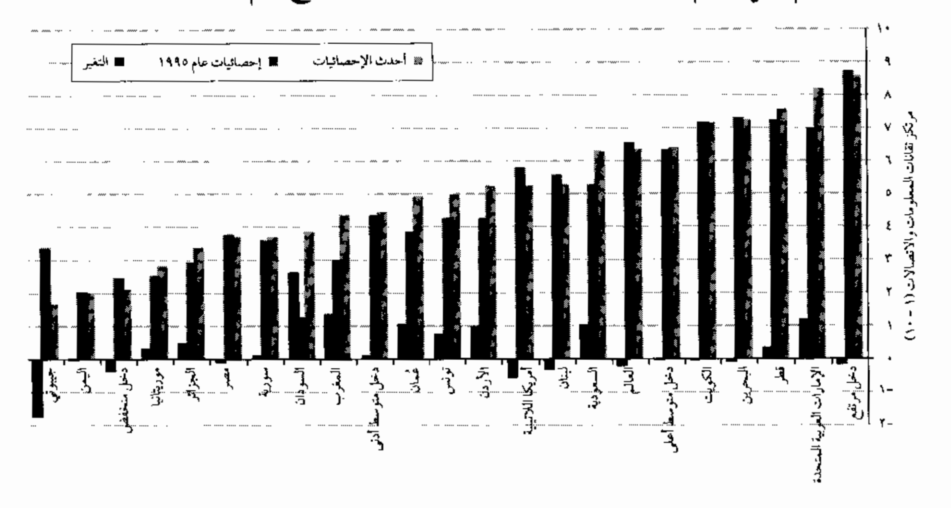
بحسب تقرير المعرفة العربي لعام ٢٠٠٩، حقّقت البلدان العربية تقدماً على مستوى ذلك المؤشر، وذلك، من خلال القيام بمقارنة بين عامي ١٩٩٥ و٢٠٠٩ (الشكل الرقم (١ ـ ١))، لكن ينبغي ألّا يحجب هذا التقدّم وضعية تكنولوجيا الاتصال والمعرفة في الوطن العربي؛ فباستثناء السعودية والكويت، يبقى متوسط الحواسيب لكل ١٠٠٠ مواطن دون المتوسط العالمي (الشكل الرقم (١ ـ ٢)). أما في ما يتعلق بمستخدمي الإنترنت، فأغلبية البلدان العربية تتموقع أيضاً دون المتوسط العالمي (الشكل الرقم (١ ـ ٣))، والأمر نفسه يسجَّل على مستوى حزمة النفاذ إلى شبكة الإنترنت (الشكل الرقم (١ ـ ٤)).

ب ـ أسئلة الحرية

إن سؤال الحرية هو أحد الأسئلة الجوهرية التي تُطرح عادة عند الحديث عن تطوير الممارسة السياسية في الوطن العربي؛ فهو من العوامل التي يُشار إليها لتفسير

الشكل الرقم (١ ـ ١)

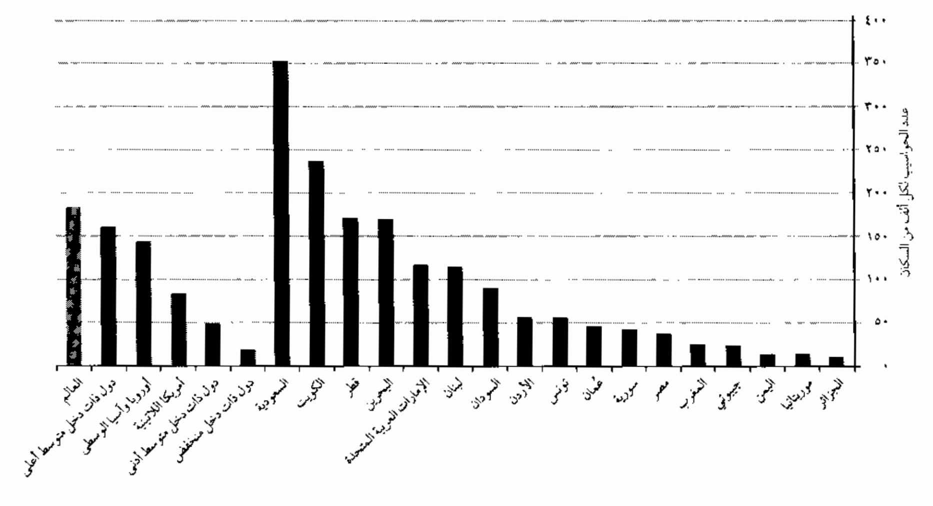
قيم دليل تكنولوجيات المعلومات والاتصالات في بلدان عربية ومجموعات منتقاة من دول العالم (في العام ١٩٩٥، ووفق أحدث الإحصاءات، مع قيم التغيّر سلباً وإيجاباً)



المصدر: «منهجية تقييم الأداء المعرفي،» قاعدة بيانات البنك الدولي (١٣ شباط/فبراير ٢٠٠٩)، وَرَدَ في: تقرير المعرفة العربي للعام ٢٠٠٩: نحو تواصل معرفي منتج (دبي: دار الغرير للطباعة، ٢٠٠٩)، ص ١٢٨.

الشكل الرقم (١ ـ ٢)

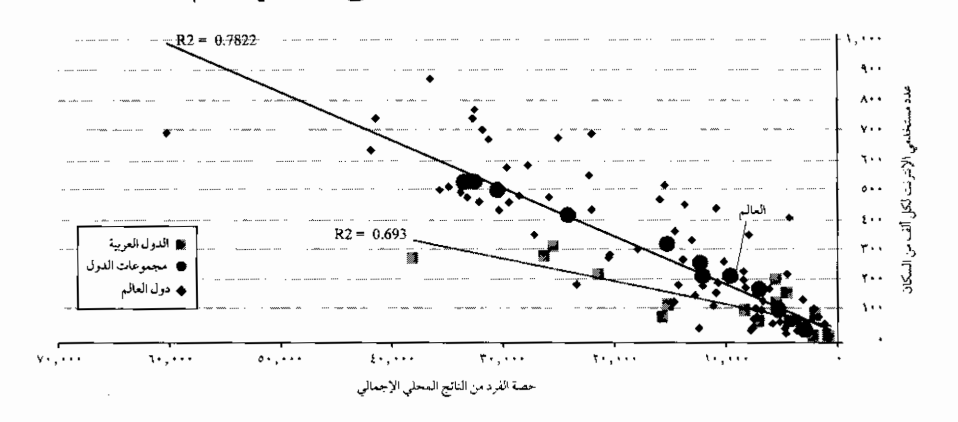
عدد الحواسيب لكل ألف من السكان في البلدان العربية ومجموعات منتقاة من دول العالم



المصدر: المصدر نفسه، ص ١٢٩.

الشكل الرقم (١ ـ ٣)

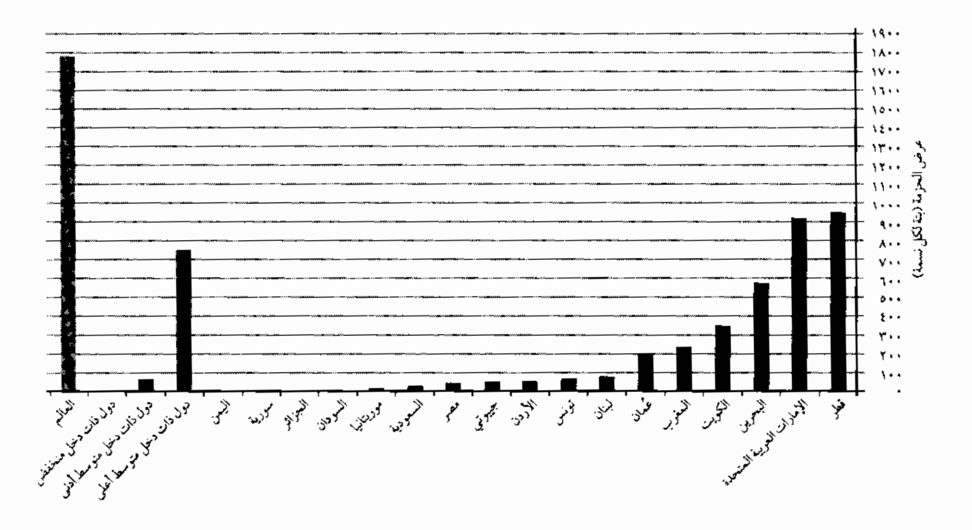
أعداد مستعملي الإنترنت في البلدان العربية ودول العالم ومجموعات منتقاة منها نسبة إلى حصة الفرد من الناتج الداخلي الخام



المصدر: المصدر نفسه، ص ١٣٠.

الشكل الرقم (١ ـ ٤)

عرض حزمة النفاذ إلى شبكات الإنترنت الدولية في البلدان العربية ومجموعات منتقاة من دول العالم



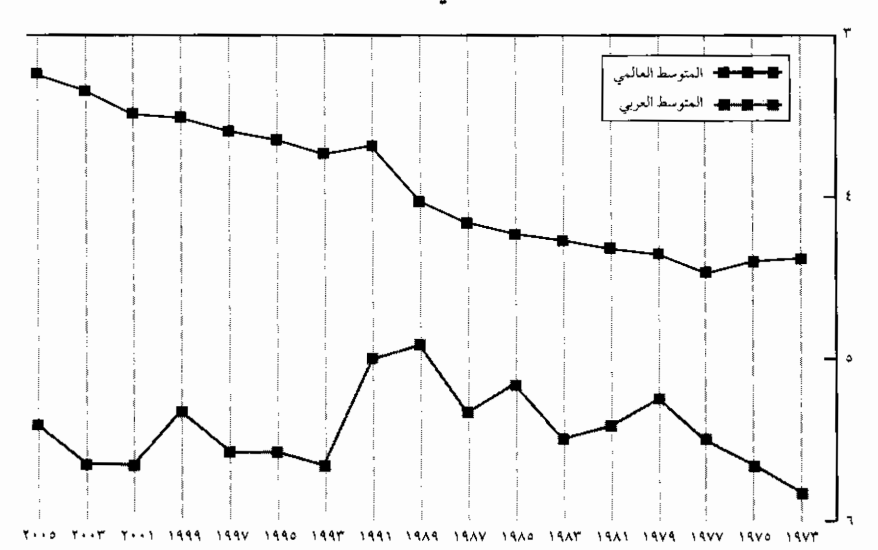
المصدر: المصدر نفسه، ص ١٣١.

عزوف الأفراد عن شؤون السياسة في البلدان العربية، ذلك بأن الحرية لا تنفصل عن قضايا الديمقراطية وحقوق الإنسان، بل إن البعض يشترط ربطها بوضعية الحريات العامة الأخرى، السياسية منها والاجتماعية والثقافية والدينية(٦٧)، لأن التقدم على هذه المستويات يؤدي إلى توسيع هامش الحرية، وهو الأمر الذي ينعكس على المشاركة والانخراط في المؤسسات السياسية.

في هذا الصدد، يصعب من الناحية المنهجية القيام بتعميم على مستوى الاتجاه نحو الديمقراطية في المنطقة العربية، بسبب اختلاف الأنظمة السياسية العربية، وتنوّع السياق التاريخي الخاص بكل بلد عربي، سواء قبل فترة الاستعمار أو بعد حصول البلد على الاستقلال. وتُظهر المعطيات الصادرة عن «فريدم هاوس» أن البلدان العربية عرفت اتجاهاً متصاعداً ومتواضعاً نحو الديمقراطية في أواخر الثمانينيات وبداية التسعينيات، رغم أن ذلك يبقى بعيداً عن المتوسط العالمي خلال الفترة نفسها، وفق ما يُظهره الشكل الرقم (١ ـ ٥)).

الشكل الرقم (١ ـ ٥)

الديمقراطية في البلدان العربية



المصدر: «Freedom in the World Frequently Asked Questions,» (Washington, DC: Freedom House, 2007), <http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=277>.

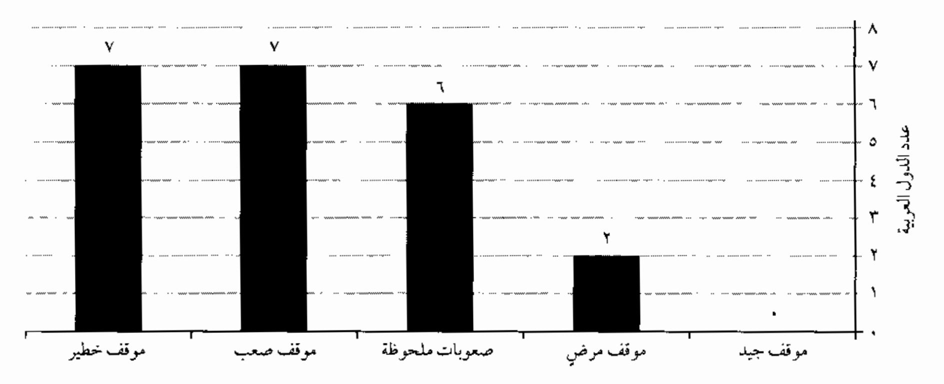
---

(٦٧) Hamdy, Ibid., p. 106.

إن رصد حرية الصحافة في الوطن العربي يعَدّ مؤشراً آخر لمقاربة حرية وسائل المعرفة والاتصال الجديدة. وعلى هذا المستوى أيضاً نجد أن المنطقة العربية تعرف حالات اعتقال الصحفيين ومنع وسائل الإعلام. وفي ما يخص الهامش الذي تتمتع به مؤسسات الإعلام والصحفيون، وكذا مجهود الدولة لاحترام حرية الصحافة، فإن معظم البلدان العربية يتفاوت موقفها بين «موقف خطير» و«موقف صعب»[٦٨] (انظر الشكل الرقم (١ ـ ٦)).

الشكل الرقم (١ ـ ٦)

توزيع دليل حرية الصحافة في البلدان العربية، ٢٠٠٨



المصدر: مراسلون بلا حدود، [بالإنكليزية]، وقد وَرَدَ في: **تقرير المعرفة العربي للعام ٢٠٠٩: نحو تواصل معرفي منتج،** ص ٥٦.

وفي مجال استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة، لابد من الاعتراف بأن هذه التكنولوجيا ساهمت في توسيع هامش الحرية الذي يتمتع به الأفراد في الوطن العربي، وفي حفز المشاركة والممارسة السياسية على نحو ما رأينا سابقاً. وهي تُعتبر في الوقت نفسه إحدى قنوات رفع مستويات مؤهلاتهم، وتوسيع الخيارات المفتوحة أمامهم. أما الحرية التي يتمتع بها الأفراد، فتتأثر بالرقابة التي تمارسها الحكومات والتي تتأسس في الغالب على اعتبارات المحافظة على أمن الدولة، والحفاظ على الوحدة الوطنية والآداب العامة[٦٩].

---

(٦٨) Khaled Hroub, «Internet Freedom in the Arab World: Its Impact, State Controls,» Islamisation and the Overestimation of it All, p. 4, <http://www.iemed.org/anuari/2009/aarticles/a267. pdf>.

(٦٩) مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، **تقرير المعرفة العربي للعام ٢٠٠٩: نحو تواصل معرفي منتج** (دبي: دار الغرير للطباعة والنشر، ٢٠٠٩)، ص ٥٥.

إنها تطرح إشكالية التوفيق بين هذه الاعتبارات وحريات الأفراد، لأن تحقيق التوازن بينهما يساهم بدرجة كبيرة في حفز المشاركة ودعمها.

وتعَدّ الإنترنت أحد المؤشرات القوية لقياس حرية تكنولوجيا المعرفة والاتصال الجديدة في الوطن العربي. وفي هذا الصدد، يشير تقرير مراسلون بلا حدود لعام ٢٠٠٩ إلى أن من بين البلدان الـ ١٢ في العالم التي صنّفتها هذه المنظمة بأنها عدوة للإنترنت، نجد أربعة بلدان عربية (السعودية ومصر وسورية وتونس). والتصنيف هذا يقوم على مدى فرض الرقابة على المعلومات على الشبكة، وعلى معاقبة مستعمليها[٧٠]. وتأخذ الرقابة التي تمارسها الحكومات عادة أحد الأشكال التالية:

ـ تقييد الشبكات وفرض التسجيل كأحد شروط الانخراط فيها.

ـ تقييد المحتويات من خلال تقنية الترشيح وتصفية المعلومات، وتطبيق الحظر على مواقع، واتخاذ الإجراءات التأديبية، بل حتى مهاجمة المواقع الممنوعة بفيروسات إلكترونية.

ـ التهديد بالاعتقال أو السجن لمن يلج معلومات غير مرخص لها، أو لمن يستعمل شبكات الإنترنت للتنظيم السياسي المحظور أو للتعبئة السياسية الممنوعة[٧١].

إن الترشيح والرقابة يطبّقان أيضاً على تكنولوجيا الإعلام الأخرى، كالبث عبر الأقمار الاصطناعية أو الهواتف النقالة ورسائلها القصيرة، حيث يمكن أن يتعرض المخالفون لإجراءات المنع أو السجن[٧٢]. وتتفاوت إجراءات البلدان العربية في ما يتعلّق بالرقابة المطبقة؛ فبعضها يستخدم ترشيح ومنع المواقع التي تعتبرها غير قانونية (السعودية وسورية وتونس واليمن)، بينما يتم في بلدان أخرى تفعيل الترشيح من خلال التركيز فقط على بعض مواقع المعارضة السياسية (الإمارات العربية المتحدة البحرين والأردن)، في حين تقوم قطر بترشيح المواقع الإباحية. أما الولوج إلى الإنترنت من دون تطبيق رقابة الترشيح، فيطبّق في المغرب والجزائر وليبيا ومصر والسودان ولبنان والعراق والكويت[٧٣].

---

(٧٠) Hroub, Ibid., p. 3.

(٧١) «Les Ennemies de l'internet,» Reporters Sans Frontières (12 mars 2009), p. 2.

(٧٢) Farid Shirazi, «The Contribution of ICT to Freedom and Democracy: An Empirical Analysis of Archival Data on the Middle East,» *Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries*, vol. 35, no. 6 (2008), p. 11.

(٧٣) المصدر نفسه، ص ١٢.

وتجدر الإشارة إلى أن خصوصية تكنولوجيا المعرفة والاتصال(٧٤) تقلل من فعالية الرقابة الممارسة، نظراً إلى أن في إمكان الأفراد والجماعات استعمال وسائل تقنية لتجاوزها، إلا إذا تعلّق الأمر بإجراءات الاعتقال أو السجن. علاوة على ذلك، لم تستطع الإجراءات التي تتخذها الحكومات، بحسب ألبريخت هوفهاينز (A. Hofheinz)، إسكات أصوات المعارضين على الإنترنت، أو منع ازدياد استعمال التكنولوجيا لتقوية الاتصال والتنسيق بين المعارضين ونشطاء المجتمع المدني. فمنع بعض المواقع يجعل الأفراد يتجهون إلى مواقع أخرى لم يطلها المنع بعدُ، ولا يعوق أولئك الذين يريدون التواصل مع المعارضين ما داموا يستطيعون العثور بسهولة نسبية على طرق لتجنّب إجراءات الرقابة(٧٥).

خاتمة

أظهرت التوجهات العالمية والعربية في مجال استخدام تكنولوجيا الإعلام الجديد في الميدان السياسي، رغم حداثة هذا الاستخدام، أن هذه التكنولوجيا ساهمت إلى حد ما في دينامية جديدة للنشاط السياسي؛ إذ صارت الحواسيب وشبكة الإنترنت والهواتف النقالة... إلخ.، وبشكل سريع، أحد المستويات والمجالات الجديدة للممارسة السياسية. ولا شك في أن ذلك سيتعزّز بالتدريج خلال السنوات القادمة، مع انتشار تلك التكنولوجيا في المجتمعات، وازدياد تقبّل الأفراد لاعتمادها في مختلف أنشطتهم اليومية. ورغم أهمية هذه التوجهات العميقة التي تخترق المجتمعات كافة،

(٧٤) Hofheinz, «The Internet in the Arab World: Playground for Political Liberalization,» p. 79.

(٧٥) ذلك أن المفهوم الأساسي للتواصل الاجتماعي لم يعد يعتمد بصفة حصرية على العوامل الاجتماعية السياسية، مثل حرية التعبير، أو حتى على العوامل الاقتصادية المرتبطة بالسوق، بل أخذ يعتمد أكثر فأكثر على أشكال «نقل المعلومات» التي تخوّل تقنيات المعرفة والتواصل الجديدة قنوات متعددة للقيام بذلك النقل، من خلال قنوات تستطيع تجاوز التنظيمات القانونية والإدارية التي تعمل على ضبطها. إن هذا الاتجاه دفع بميغيل موراغاس (Moragas) إلى ملاحظة ازدياد قدرات التواصل المتاحة للأفراد وفق المظاهر التالية:

- ارتفاع القدرة على إعادة الإنتاج، مع تزايد عدد النشرات المتخصصة، وظهور إمكانات امتلاك وسائل النشر الذاتية والمستقلة.

- زيادة القدرة على الإنتاج السمعي البصري بواسطة قطاع الصناعة في هذا المجال، وأيضاً من خلال إنتاج الهواة.
- زيادة «القدرة» على النقل، مع إنشاء قنوات جديدة للاتصالات، كالأقمار الاصطناعية وشبكة الإنترنت والنقل اللاسلكي.
- زيادة القدرة على اختيار المعلومات ومعالجتها عبر التقنيات الجديدة للمعلومات.

انظر: Miquel de Moragas, «New Technology and Changes in the Mass Media: Considerations for Political Scientists,» Universitat Autnoma de Barcelona (Barcelona), Working Paper; no. 17 (1990), pp. 3-4, <http://www.recercat.net/bitstream/2072/1467/1/ICPS17.pdf>.

ومع الإقرار بدورها في زيادة قدرات الناشطين والممارسة السياسية، فلا ينبغي المبالغة كثيراً في تلك الأدوار، أو الاعتقاد في الوقت الحالي على الأقل بأنها ستعوض الممارسة السياسية التقليدية، المجال الحيوي للكائنات السياسية، التي تستخدم التكنولوجيا الجديدة لخدمة أجندتها وتطبيق برامجها. ولهذا، فإن الأسئلة القديمة ذاتها تتكرر في حالة تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة، أسئلة الحرية، إطارها القانوني، التوازن بين حقوق وحريات الأفراد والنظام العام... إلخ.

إن أبحاثاً تفصيلية لاستخدام هذه التكنولوجيا في التنظيمات السياسية، وفي جميع مجالات تدخّلها (الانتخابات، الصحافة، التنظيم والإدارة الداخلية، التواصل بين الأعضاء ومع العالم الخارجي... إلخ.) يمكن أن توصل إلى فهم أعمق للاستخدامات التي تؤدي إلى فعالية أكبر، وإلى المعوقات التي تحول دون الاستفادة من إمكاناتها. والجاذبية التي تمارسها تلك التكنولوجيا على البحث الاجتماعي والسياسي تنبع بشكل متصاعد من المجالات التي تدرج فيها: الإنتاج، التعليم، التدبير... إلخ؛ وهو الأمر الذي يطرح على البلدان العربية إعداد خطط البحث، وتكوين فرق متعددة التخصصات، بهدف دراسة آثارها في المجالات السالفة، وتوظيف خلاصات تلك الدراسة في مجال السياسة والاقتصاد والمجتمع.

الفصل الثاني

عصر الرومانسيّة الإعلاميّة(*)

عبد الله الزين الحيدري(**)

مقدّمة

ربما لا يتجلّى، بدقّة ووضوح، مفهوم الإعلام الجديد بمجرّد استعراض خصائصه التقنيّة الراجعة إلى التقدّم العلمي، وازدهار العقلنة والمعرفة التجريبيّة، وإن كانت هذه الخصائص من طبيعة ذات صلة مباشرة بتبيّن حال «الجديد» في مجال الإعلام الجديد. فالظاهرة هي أكثر من كونها مجرّد تطوّر تقني، وتغيّر في الوسائط، أدّيا إلى بروز نوع من التدبير الجديد في التواصل. إنّها انتشار معقّد لوعي بمقتضيات العصر ومضمونه، تبلورت ملامحه سوسيولوجيّاً وفنّياً. واللافت في أطوار الانتشار أنّ حدوثه لم تؤمّنه قنوات إعلاميّة واتصاليّة مؤسّسيّة، إنّما يتحقّق، تلقائيّاً، ضمن حلقات التواصل الاجتماعي كشكل من أشكال إنتاج المعنى وتبادله. ولعلّ هذا ما يجعل الإعلام الجديد جزءاً من التفاعلات الاجتماعيّة الجارية على أكثر من صعيد، بمعنى أنّه، خلافاً للنمط الجماهيري التقليدي، قدرة عامّة، يقدر عليها كلّ من تسنّى له اكتساب حدّ أدنى من الثقافة الرقميّة السّارية في هندسة التشكيلات الاجتماعيّة.

(*) نشرت هذه الدراسة، في: **المستقبل العربي**، السنة ٣٥، العدد ٤١٠ (نيسان/ أبريل ٢٠١٣)، ص ٣٣ ـ ٤٦.

(**) أستاذ علوم الإعلام والاتصال، جامعة الشارقة.

أوّل ما قد يبدو لنا محدّداً لهويّة الإعلام الجديد، ناطقاً بخصائصه، ومستبطناً لقيمه، قبل البدء بعمليّة التفكيك هذه، ملمح شديد الإثارة، غنيّ بالمفارقات، يتمثّل بالتدفّق الهائل لمضامين الإعلام والاتصال والصّناعات الثقافيّة عبر شبكة الإنترنت، المتحرّر من ضوابط الكتابة الإعلاميّة، والقواعد التعبيريّة والبلاغيّة المألوفة، والمصحوب، في الوقت ذاته، بأدوات وأساليب جديدة لفهم رموز الواقع المعاصر ومعالجته، وهو تدفّق اختلط فيه المجال العامّ بالمجال الخاصّ، والحقّ بالباطل، والواقع بالافتراض، والحقيقة بالخيال، والمجتمع المدني بالمجتمع المتعدّد الثقافات، والدولة بالفرد.

ويرافق هذا التضاد انزلاق عميق نحو أنماط من التواصل المرن، المتحرّر من كلّ أشكال الضبط، الأخلاقي والأيديولوجي، يدور في حدودها صراع للفوز بالاعتراف وتحقيق الذات، واسترجاع الاعتبار للفرد المهمّش، وذلك من خلال فعل التدوين بالخصوص، وما يجري أيضاً في المواقع الاجتماعيّة من إنتاج للمعنى وتبادل حرّ للأفكار والآراء.

وقد يكون هذا الانزلاق هوّ الأصل في التضاد المشار إليه، الذي يقود خطاباً مبشّراً بنهاية الاستبعاد الثقافي والإعلامي، كمرحلة عمّرت طويلاً مع ظهور الإعلام الجماهيري، وهيمنة الدولة على القطاع، ومعلناً في الوقت ذاته حلول حقّ التمايز والاختلاف، وسلطة الخيال الفردي الممتدّة إلى ميادين جديدة من واقع اجتماعي لم يطأه الإعلام التقليدي، بحكم طبيعته الضّابطة للمجتمع، المتجسّدة أساساً في المراقبة، وترتيب الأولويات، والقدرة على التأثير التراكمي، وإحداث دوائر الصّمت (Spiral of Silence)، بل إنّ هذا الواقع «المقموع»، الذي بدأ يطفو على السّطح، منذ ظهور المدوّنات والمواقع الاجتماعيّة، تكشّف على أنّه الواقع المشروع سوسيولوجيّاً، المتعيّن بالعمق الفردي أكثر منه بالمقاربة الإعلاميّة المؤسّسيّة.

إنّ بروز هذا الشكل الجديد في مقاربة الظواهر الاجتماعيّة، فنيّاً وأدبيّاً وإعلاميّاً، القائم على سهولة في التعبير والتفكير، وحريّة فائقة في عرض القضايا المتصلة بالشأنين العام والخاص، ومناقشتها، هوّ الذي اخترق دوّامة الصّمت في نظام الإعلام الممأسس، وشرع في تدمير آليات الاستبعاد، وكان بمثابة الموجة الحديثة للإنتاج الإعلامي والثقافي، والتفاعلات الاجتماعيّة التي ظلّت تنبع منها إشكاليات المجتمع واهتمامات الأفراد.

ومن الممكن القول إنّ هذا الإنتاج، بتنوّعه وتشظّيه، هو، من الناحية السوسيولوجيّة، تعبير عن فشل الإعلام الجماهيري في استقطاب فئات المجتمع المختلفة من خلال ما يبثّه من مضامين مغالية لدور الرّموز الفاعلة في المجتمع والضابطة لسلوكياته، ثقافيّاً، وسياسيّاً، واقتصاديّاً. وهو، من الناحية الفلسفيّة، تعبير عن وعي الذات، وإيمانها بالاختلاف والتواصل المتكافئ. لذلك، فإنّ أيّ سعي لفهم هذه الموجة، يفترض مسبقاً فَهْمَ جدلية الاستبعاد والاستقطاب في الإعلام التقليدي. ونجده، من الناحيتين الفنيّة والسيكولوجيّة، وهذا أبرز ما يميّز موجة الإعلام الجديد، تعبيراً بليغاً عن نزعة رومانسيّة تجتاح المشهد الإعلامي العالمي، فاتحة بذلك مرحلة جديدة في الإعلام والتواصل. وإنّها لنزعة شبيهة بالتي عصفت بالأدب وسائر الفنون الأخرى في أوروبا نهاية القرن الثامن عشر.

فإذا نظرنا إلى العوامل المحيطة بظهور هذه النزعة في مجال الإعلام والاتصال، لوجدنا أنّها لا تختلف، من حيث الدلالة، عن التي ولّدت الرومانسيّة في ألمانيا وفرنسا والمملكة المتحدة وإيطاليا وإسبانيا، وجعلت منها مذهباً فنيّاً وفكريّاً يخترق مجالات الفنّ، والفلسفة، والسياسة، والاجتماع، ويشملها بتشكيل يتضمّن الرفض للأساليب الفكريّة والتعبيريّة السّائدة آنذاك. وإذا تمعّنا في خصائصها العامّة المكوّنة لذاتها، لألفينا أنها من طبيعة مشتركة مع التي هي الأصل للمذهب الرومانسي ذاته، وكأنّ بضرورة «رَومنسة» العالم التي دعا إليها نوفاليس (Novalis)[1] أواخر القرن الثامن عشر، تعود لتتحقّق، وتحطّ بثقلها، مرّة أخرى، في حقل متناظم (Interdisciplinary) تسكنه تخصّصات معرفية عديدة هي محور بنائه النظري والإبستيمولوجي، وتملي فيه التقنية سيطرتها على مجالاته التطبيقيّة، الأمر الذي يعني إمكانيّة الكشف عن الوجه الاجتماعي للإعلام الجديد، وتفكيك خصائصه انطلاقاً من الروح الرّومانسيّة السارية في كيانه، بوصفها الحامل الرّمزي لخطابه، والخطّ الفاصل بين القديم والجديد.

أولاً: المدّ الرومانسي في الإعلام الجديد

عندما نتحدّث عن الرومانسيّة في الإعلام الجديد، نحن لا نخصّ بالحديث لوناً معيّناً من الإنتاج الإعلامي، ولا أسلوباً خصوصيّاً تميّزت به الصناعات الإعلاميّة، كما

---

(١) نوفاليس هوّ شاعر وروائي ألماني (١٧٧٢ ـ ١٨٠١)، دَرَسَ الفلسفة والقانون، وتعرّف أثناء دراسته إلى أبرز الوجوه الروائيّة والنقدية والفلسفيّة في ذلك العصر، مثل فريدريك شيللر وفريدريك شليغل وفيخت.

لا نخصّ بالحديث أعمالاً فكريّة بعينها، تناقلتها الميديا الحديثة، وبثّتها على نطاق جماهيري واسع، إنّما الحديث عن الرومانسيّة الإعلاميّة يعني، في المقام الأوّل، الطبيعة الحسّية الداخليّة التي يعيشها الباثّ، بالمعنى الميديولوجي والسوسيولوجي للمصطلح، بوصفه منتجاً للمعنى. فهي، مثلما كتب بودلير (Baudelaire) عن رومانسيّة عصره[٢]، ليست في الخارج، بل هي مكنونة في الداخل، ومن العبث البحث عنها في غير هذا الموطن. ولكونها حسّاً داخليّاً يسكن الإنسان، تبقى الرومانسيّة الإعلاميّة، بهذه الكيفيّة، مناخاً عامّاً يسود مجتمع «ما بعد الحداثة» الموصوف بالمجتمع المتعدّد الثقافات الذي برزت فيه الفردانية كـ «قوّة مجهولة خارجة عن كلّ تحكّم»[٣]، تجلّت صورها سياسيّاً وفنيّاً واقتصادياً وإعلاميّاً.

إنّنا نرى في حركة ما بعد الحداثة السّياق الموضوعي الذي يتيح فهم المناخ العام الذي نتحدّث عنه. ولعلّ أبرز ما يتسم به هذا السياق، من الناحية السوسيولوجية، هوّ حالة التشظّي التي بلغها الفرد، والتي لا تعدو أن تكون نتيجة طبيعيّة لتجزّؤ المجتمع ذاته، وانقسامه إلى تجمّعات وطوائف وعشائر فكرية وأيديولوجيّة وثقافيّة واقتصاديّة، وهي حالة مترتبة عن انهيار قيم الحداثة بأشكالها المتعدّدة وأزماتها المتتالية[٤] على امتداد قرنين. فالحداثة بقدر ما كانت مشروعاً عقلانيّاً تحرّرياً، قاد إلى تحقيق إنجازات تحديثيّة، تقنيّة وتنظيمية واقتصادية، فإنّ عقلانيتها التقنيّة، «البيروقراطيّة»، عجزت عن تقديم الحلول للمسألة السياسيّة والأخلاقيّة، بل إنّها ولدت نزاعات وصراعات وحروباً[٥]، كانت بمثابة النماذج الدالّة على مواطن الاعتلال في المشروع الحداثي المحكوم بالعقل الأداتي، الأمر الذي أفرز تيارات فكرية وفلسفيّة ما بعد حداثية، تدعو

(٢) Baudelaire écrit: «Le Romantisme n est précisément ni dans le choix des sujets, ni dans la vérité exacte, mais dans la manière dc sentir. Ils l ontcherche en dehors et c est en dedans qu il était seulement possible de le trouver» (Salon de 1846).

انظر: Charles Baudelaire, *Les Fleurs du mal* (Paris: Flammarion, 2006).

(٣) رضوان جودت زيادة، **صدى الحداثة، ما بعد الحداثة في زمنها القادم** (بيروت؛ الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي، ٢٠٠٣)، ص ٦٨.

(٤) في موضوع الأزمات المتتالية للحداثة يعتبر أحد الباحثين، أن هناك ثلاث أزمات ميّزت مسيرة الحداثة طيلة القرنين الماضيين: الأزمة الأولى برزت في أواخر القرن الثامن عشر. انظر: محمّد نور الدين أفاية، **الحداثة والتواصل في الفلسفة النقديّة المعاصرة: نموذج هابرماس** (القاهرة: أفريقيا الشرق، ١٩٩٨)، ص ١٠٩.

(٥) شهد القرن العشرون العديد من الحروب أبرزها: الحرب العالميّة الأولى (١٩١٤ ـ ١٩١٨)، الحرب الأهليّة الإسبانيّة (١٩٣٦ ـ ١٩٣٩)، الحرب العالميّة الثانية (١٩٣٩ ـ ١٩٤٥)، حرب فلسطين (١٩٤٨ ـ ...)، الحرب الهند ـ الصينيّة (١٩٤٦ ـ ١٩٥٤)، الحرب الهند ـ الباكستانيّة، الحروب الثلاث (١٩٤٧، ١٩٦٥ و١٩٧١)، الحرب الباردة السوفياتيّة ـ الأمريكيّة (١٩٤٧ ـ ١٩٩١)، الحرب الكوريّة (١٩٥٠ ـ ١٩٥٣)، حرب التحرير الجزائريّة (١٩٥٤ ـ ١٩٦٢)، حرب الفييتنام (١٩٥٩ ـ ١٩٧٥)، اجتياح إسرائيل للبنان (١٩٨٢)، حرب إيران والعراق =

إلى إعادة النظر في أنماط الفكر الحداثي وتناقضاته[٦]، إمّا لكونه مشروعاً فاشلاً، كما يراه البعض مثل ميشال فوكو (Michel Foucault) في توصيفه لخصائص المجتمع الحديث الذي لم يولّد، في تقديره، سوى مؤسّسات المراقبة وآليات الضبط المعزّزة بالتطوّر التكنولوجي[٧]، وإما لاعتباره مشروعاً غير مكتمل، ينبغي العمل على عقلنته وبنائه من جديد، وتخليصه من السلطة والعنف والتشيّؤ، كما يذهب إلى ذلك آلان توران (Alain Touraine) في نقده للحداثة[٨]، أو يورغن هابرماس (Habermas) في طرحه لنظريّة العقل التواصلي أو في مقاربته لموضوع العلم والتقنية كـ «أيديولوجيا»[٩].

إنّ ما بعد الحداثة، أو لنقل، حتى نتجاوز التواءات هذا اللغز المفاهيمي، مرحلة التشكيك في الحداثة والتقدّم، هي حالة تفسّخ قيم الاحتكام إلى العقل، وإعادة النظر في دور السرديات الكبرى، الفلسفيّة والأيديولوجيّة منها على الخصوص، التي تحكم الواقع الفكري والثقافي والسياسي في العالم، ووضعها محلّ تساؤل. وهي أيضاً الحالة التي تدفق خلالها خطاب النهايات، المبشّر بنهاية التاريخ (فرانسيس فوكوياما ١٩٩٢)، ونهاية الأيديولوجيا (دانيال بيل ١٩٦١)، ونهاية الجغرافيا (بيار ليفي ١٩٩٤)، ونهاية الأواصر العقديّة (ميشال مافيزولي ١٩٩١)، ونهاية الإنسان (ميشال فوكو)، ونهاية المؤلّف (جاك دريدا)، ونهاية الفلسفة (هيدغر ١٩٦٤)، ونهاية الميتافيزيقيا (يورغن هابرماس)، ونهاية العلم (جون هورغان)...، هذا بالإضافة إلى الكلام المتكاثر على البعديات[١٠].

كان جون فرانسوا ليوتار (Jean-Francois Lyotard)، من أعلن نهاية السّرديات الكبرى (Les Grands récit) أواخر سبعينيات القرن العشرين، مثل الماركسيّة والفرويديّة والوضعيّة والفينومينولوجية والبنيويّة[١١]... لحساب تعدّد «أيديولوجيات صغيرة» وصفها ميشال مافيزولي (Michel Maffesoli)، كما سنرى لاحقاً، بالعشائريّة

= (١٩٨٠ ـ ١٩٨٨)، حرب الكويت (١٩٩١ ـ ١٩٩١)، حرب البوسنة والهرسك (١٩٩٢ ـ ١٩٩٥)، الحرب على الإرهاب (٢٠٠١)، تلاها في مطلع القرن الجديد اجتياح القوات الأمريكيّة وقوات التحالف للعراق (٢٠٠٣).

(٦) نذكر على سبيل المثال هابرماس، وبودريار، وليوتار.

(٧) Michel Foucault, *Surveiller et punir* (Paris: Gallimard, 1975).

(٨) يجب أن نعيد بناء الحداثة، والعودة إلى أصولها، انظر: Alain Touraine, *Critique de la modernité* (Paris: Fayard, 1992).

(٩) يورغن هابرماس، **العلم والتقنية كأيديولوجيا**، ترجمة حسن صقر (بيروت: منشورات الجمل، ٢٠٠٣).

(١٠) عبد الله الزين الحيدري، **الإعلام الجديد: النظام والفوضى** (تونس: سحر للنشر، ٢٠١٢).

(١١) Jean-François Lyotard, *La Condition postmoderne: Rapport sur le savoir* (Paris: Minuit, 1979).

أو القبليّة[12]، ذلك أنّ العالم، في نظره، أصبحت تحكمه قيم جديدة قائمة على «نقض مفهوم التقدّم التاريخي»، وعلى تشظّي مُثل العقلانيّة والليبراليّة، المنبثّة في العلم والسياسة والفن. ويمكن اعتبار نهاية «المركز» التي أعلنها دريدا (Derrida)، في بنائه الفلسفي لفلسفة التفكيك، من أهم ما ورد في خطاب النهايات، ومن أبرز الأعمال المعرفيّة التي تلخّص ملامح الاتجاهات الفكرية لما بعد الحداثة، التي تخدم في المقام الأوّل أغراض دراسة الحال. ثمّ إنّها تقابل نهاية السرديات الكبرى التي أعلنها فوكو، لأنّ التفكيكيّة، بحسب قول دريدا[13]، تنشغل بما يسمّيه النصوص الكبرى (Les GrandsTextes)، فنهاية المركز عند دريدا، بقدر ما هي، في الأصل، تقويض للتمركز وأشكال الترسّب المستبدّ، لأن المركز عنده، هو غير التمركز، فهو العنصر الإيجابي والنواة الحقيقيّة التي تتشكّل من وجودها ديناميّة اختلاف المعنى، فإنّها في نهاية المطاف خلخلة للبنى والأنساق والمفاهيم التي تعمل بمبدأ الوضوح والتوافق والحقيقة الدائمة. فالحديث عن المركز هو حينئذ حديث عن الهيمنة، الأمر الذي حدا بدريدا على «هدم» كلّ المراكز لوأد النظم والأنساق المنتجة للهيمنة، إقراراً بأنّ التفكيك هو الآليّة المنتجة للاختلاف.

انطلاقاً من هذا التوجّه الفكري والفلسفي، «أصبح كلّ شيء قابلاً للتأويل والنقد والتفكيك، وأصبحت المعرفة العلميّة نفسها عبارة عن خطاب يتعيّن استنطاق مكوّناته وطبيعة علاقاته مع السلطة، وتفكيك الأطر المرجعيّة التي تمنح للسلطة مشروعيّتها، وتوفّر لها شروط خلق التوازن وضبط النظام»[14].

وبرزت ضمن هذا السّياق، ظاهرة تمركز الفرد على ذاته كعلامة مميّزة لمجتمع ما بعد الحداثة، محدثة حالة من الانفصال والتفكّك في المرجعيات عزّزتها تطوّرات متسارعة متلاحقة لوسائط الإعلام والاتصال، خصوصاً في العشريّة الأخيرة من

---

(١٢) Michel Maffesoli, *Le Temps des tribus* (Paris: Le Livre de poche, 1991).

(١٣) يقول دريدا، في حوار أجراه معه أنطوان سبير، وترجمه أحمد عثمان، وهو حوار نشرته مجلّة **أوان** عام ٢٠٠٣: «من دون شكّ تنشغل التفكيكيّة بما نسمّيه النصوص الكبرى. ليس فقط بالنتاجات المقبولة من أفلاطون إلى جويس، لكنها تختبر أيضاً المدوّنات، وهي ليست نصوصاً أدبيّة أو فلسفيّة أو دينيّة، وإنّها كتابات قانونيّة أو مؤسّسات، قواعد، مناهج. قلتها دائماً: الكتابة التي تثير اهتمام التفكيكيّة، ليست فقط الكتابة التي تحويها المكتبات، حتى وإن اهتمّت بنصوص أدبيّة، بل هناك أيضاً مؤسّسة الأدب (شيء حديث، والتاريخ السياسي شغوف بها). هناك أيضاً تطوّرات التقدير والتصديق القانوني، وأسئلة التوقيع، وحقوق المؤلّف أو حق النّشر (تعرف بالصخب العالي الذي يتعلّق بالتقنيات الحديثة، وهو يتأتى من سياسة المؤسّسة الأدبيّة)». وهذا يتعلّق بمضمون وشكل الشّيء الأدبي أو الفلسفي. انظر: **أوان** (جامعة البحرين)، العددان ٣ ـ ٤ (٢٠٠٣).

(١٤) أفاية، **الحداثة والتواصل في الفلسفة النقديّة المعاصرة: نموذج هابرماس**، ص ١١٩.

القرن العشرين. وإنّ ما يتحقّق من «تماسك» واتصال بين الأفراد وسط حالة التمركز والانفصال هذه، الموغلة في التمدّد، هو ما يجري من تفاعلات عبر شبكات الاتصال الرّقميّة احتلّ في حدودها الافتراضي مرتبة تفوق في أهميّتها مرتبة الواقع، بل إنّ إدراك وجود هذا الواقع ظلّ مشروطاً بوجود الافتراضي.

هذه البيئة الفكريّة والثقافيّة التي نمت فيها الرومانسيّة الإعلاميّة، هي بيئة اتسمت بـ«سقوط كثير من الأيديولوجيات الجماهيريّة، وبانتصار الخاصّ على العامّ، وبالنقد الجذري للنزعة الإنسانيّة»[١٥]؛ بيئة يتحرّك فيها كلّ شيء كمفرد، ترفض الأنساق المهيمنة ومقاومة الاستبعاد، بكلّ أصنافه، الذي يُمارَس عبر المؤسّسة الإعلاميّة. فإذا كانت الرومانسيّة الأولى (رومانسية القرن الثامن عشر)، ثورة ضدّ العقلانيّة الفلسفيّة والانتظام والضبط الكلاسيكيين، فإن رومانسيّة القرن الحادي والعشرين ثورة ضدّ العقلانيّة الإعلاميّة التي ولّدت أنماطاً مختلفة من الهيمنة السياسية والاقتصاديّة والثقافيّة، وجذّرت واقع الاستبعاد في الواقع الاجتماعي للأفراد الذي حجبته المؤسّسة الإعلاميّة مقابل صناعة مبنيّة لـ«خدمة» التطوّر.

ثانياً: الذات والتَذَاوُت

يحتلّ موضوع الذات في الفكر الرومانسي قيمة تمنح الحسّ أفضليّة عن العقل. فإذا كان العقل عند الكلاسيكيين هو واجب وجود الإنسان وشرطه لبلوغ الكمال وللسيطرة على الطبيعة، كما زعم ديكارت (Descartes)، في اعتبار الإنسان ذاتاً عاقلة، وجوهراً مفكّراً قادراً على إدراك العالم بوضوح فكري (Je pense, donc je suis)، وإن كانت هذه النظرة إلى الإنسان وإلى الذات لا تخلو من رومانسيّة فلسفيّة، فإنّ الحسّ لدى الرومانسيين هو من يحدّد وجود الإنسان وصلاته بالعالم. لذلك اقترن تعريف الرّومانسيّة، عند الكثير من الكتّاب والشعراء، باكتشاف الذات، ونجد عند الشاعر الألماني جون بول ريختر (Jean-Paul Richter)، في تعريفه للروح الرومانسيّة، وصفاً عجيباً للحظة اكتشاف الذات، إذ يقول: «ذات صباح أتتني هذه الفكرة من السماء مثل الوميض: «أنا ذات»، ولم تفارقني منذ ذاك الوقت أبداً، فذاتي رأت ذاتها للمرّة الأولى وللأبد». ويعني هذا أنّ الذات في الفكر الرّومانسي هي بوّابة اكتشاف العالم وإدراك

---

(١٥) هنري لوفيفر، ما الحداثة، ترجمة كاظم جهاد (القاهرة: دار ابن رشد للطباعة والنشر، ١٩٨٣)، وَرَدَ في: المصدر نفسه، ص ١٠٩.

صلاته بالذات ذاتها، وهي في الفكر الفلسفي عند مان دو بيران (Maine de Biran)، كما عند جيلبير روميار ـ درباي (Gilbert Romeyer-Dherbey)، منبع الحرّيّة ومركز القرار[١٦].

إنّ عودة اكتشاف الذات في الإعلام الجديد المتجلّية أساساً في ظاهرة التدوين المتنامية منذ عقد من الزمن، لم تكن منطلقاتها فلسفيّة، كما هو الحال لرومانسيّة القرن الثامن عشر، ولم تكن، في ذاتها، حدثاً محليّاً أو إقليميّاً، مخصوصاً بمجتمع محدّد، إنّما الحالة تمثّل سلوكاً عامّاً يختزل قيم «ما بعد الحداثة» المتناثرة، بل السارية في أنحاء العالم. فالتمركز حول الذات، كسلوك ميّز خصائص الإعلام الجديد، وأفرز صنفاً جديداً من السّير الذاتيّة، والمذكّرات، والروايات، وسرد التجارب الشخصيّة، واليوميات الخاصّة عبر صفحات الويب، مرجعه إلى فكرة المراكز المهيمنة (Centre) أوّلاً، المركز السّياسي والأيديولوجي، والمركز الثقافي، ثمّ إلى العنف الاقتصادي والإعلامي والثقافي، المنتج للإقصاء والاستبعاد.

لقد خلخل تدفق المواقع الإخباريّة الجامعة والمتخصّصة، والمدوّنات ومنتديات الحوار مركزيّة الصناعات الميدياتيكيّة، وواقعيّة الوجود المادي والفكري لخطاب السلطة الإعلامي المنتج للاستبعاد، ليظلّ كلّ فرد مركزاً بذاته، منتجاً للتعدّد والاختلاف، وتجذّرت بذلك نزعة استكشاف الأنا التي نادى بها شاتوبريان (Chateaubriand) أواخر القرن الثامن عشر، وغرسها في جيله من الروائيين والشعراء، كشكل من أشكال الانطلاق، وكنوع من التبرّم من الحاضر المشحون بالانكسارات، وفي أحيان كثيرة بالخوف من الأنساق والأنظمة المهيمنة، الرافضة للتنوع الفكري والأيديولوجي.

هكذا، من خلال التمركز حول الذات، واستكشاف الأنا الذي تدفع به إلى الظهور في شبكات الاتصال الرّقميّة، دخلت الرومانسيّة حقل الإعلام والاتصال بوصفها تعبيراً عن الذات، وتبرّماً من القوانين الاجتماعيّة، الجائرة منها بالخصوص. ولو أنّنا أمعنّا النظر في عيّنات من التدوين المتراكم، المتزايد من خلال قوالب فنيّة جاهزة مرنة الاستخدام تزخر بها شبكة الإنترنت، لوجدنا أنّ موضوعات التدوين بألوانها المختلفة تدور كلّها حول كيفيّة منح الذات الفرديّة حضوراً فكريّاً وسوسيولوجيّاً، حجبته لوقت طويل أساليب الإعلام الجماهيري الخطّية، بصرف النظر عن طبيعة هذه الذات التي تشظّت

(١٦) Gilbert Romeyer-Dherbey, «Le Moi du Moi-même, la pensée de la subjectivité chez maine de Biran,» papier présenté à: Conférence prononcée a la Société Bordelaise de Philosophie, 26 avril 1985.

معانيها وتعقّدت أطوارها في الفكر ما بعد الحداثي. لكن الجدير بالنظر في الظاهرة هو أنّ كل الذي يحدث من تفاعل وتذاوُت عبر الشبكة، إنّما يجري بواسطة اللغة. ولكن أيّة لغة؟ هل اللّغة بوصفها «منظومة القواعد والاصطلاحات المستقلّة عن الأفراد الذين يستعملونها وتوجد قبلهم»[١٧]؛ أم اللغة المتطهّرة من الضوابط التي يولّدها واقع الأفراد الاجتماعيين في جدليتهم التواصليّة مع الواقع الذي يعيشونه، لأنّه يجوز، عند أنصار ما بعد الحداثة أن تكون اللغة عائقاً أمام إدراك الحقائق والتعبير عن طبيعتها الحقيقيّة؟ وهل يمكن اعتبار «اللغة الشعبيّة»، وهي لغة عامّة الناس، الوسيط الأنسب لبناء الواقع وتحقيق التذاوت؟ أليست هي الأخرى مجموعة اصطلاحات واتفاقات بشريّة؟

لقد تدفّقت لغة المدوّنات عبر شبكة الإنترنت على شاكلة تضمّنت خصائص الأساليب والسجلّات اللغويّة الرومانسيّة، وبرزت بفيض من الطلاقة التعبيريّة، والتضادات اللفظيّة، قابلت فيها الفصحى العاميّة، والمفردات اللغوية العربيّة، الألفاظ والعبارات الأجنبيّة، والتعبير الفظّ، المستقيم والرفيع من الكلام. ولنا في ذلك نماذج مختلفة من أعمال المدوّنين.

١ ـ مدوّنة «بودورو»[١٨]، مدوّنة تونسيّة، تهتمّ بالشأن الإعلامي في تونس، وتعنى، كما هوّ منصوص في ميثاقها، بنشر «المقالات الرديئة للقرّاء بهدف انتخاب أسوئها آخر كلّ شهر، وهي فرصة للمدوّنين لاختيار: أسوأ صحيفة، وأسوأ مقال، وأسوأ صحفي». وواضح أنّ طابعها يرفع شعار فضح الانحرافات الإعلاميّة في البلاد التونسيّة، ويجري ذلك من خلال مساحات الرأي والنقد المتجلّية في سجلات لغوية تراوح بين الفصحى والعاميّة، وهي سجلات لا تخلو من الألفاظ والعبارات الفرنسيّة والإنكليزية أحياناً.

وعبارة «بودورو»، وهو اسم المدوّنة، تعني في العاميّة التونسيّة الرخيص من الأشياء، وفي بعض السياقات، الوضيع والحقير منها. ويقال في الدارجة التونسيّة: «سلعة بودورو»، أي السلعة الفاقدة للجودة، أو المزوّرة. والأصل في المعنى نجده في كلمة: «دورو»، وهي تسمية شعبيّة لعملة محليّة متداولة، مضروبة من غير الذهب والفضة، وتعادل خمسة مليمات تونسيّة. لقد فقدَ «الدورو» قيمته كعملة، فلا شيء يمكن اشتراؤه بـ«دورو» منذ عقود، لارتفاع الأسعار وغلاء المعيشة، وأصبح الـ «دورو» بمقتضى ذلك في مفهوم عامّة الناس رمزاً للقيمة الهابطة في أيّ مجال كان، لأنّ الدلالة

---

(١٧) دانيال تشاندلر، **أسس السيميائيّة**، ترجمة طلال وهبه؛ مراجعة ميشال زكريا، لسانيات ومعاجم (بيروت: المنظمة العربية للترجمة، ٢٠٠٨)، ص ٣٩.

(١٨) <http://boudourou.blogspot.com/>.

نزحت من السجلّ الاقتصادي المادّي لتستقرّ في السجلّ الثقافي والفكري، ويظلّ من الشائع الحديث عن أفكار بودورو وثقافة بودورو...

ولو نظرنا، من ناحية أخرى، في بعض الأسماء المستعارة لأعضاء هيئة تحرير هذه المدوّنة[١٩]، لوجدنا أنّها محمولة في استعارات منسجمة مع طبيعة فعل التدوين كظاهرة تواصليّة متحرّرة من الضوابط الماديّة والرمزيّة، والأهمّ من ذلك أنّها مندمجة تماماً مع الروح الرومانسيّة المنبثّة في صلب الإعلام الجديد، بل إنّها ناطقة بإحدى أبرز صفات الحسّ الرومانسي بوجه عام، ألا وهي الحريّة الفرديّة. فمن الأعضاء هناك **أولاً** من يحمل اسم: «فري رايس» (Free-Race)، ومفادها بالإنكليزية، السباق الحرّ، وقاعدته أن لا وجود لقواعد تحكم اللعبة. ويصدع الاسم في دلالته الأولى بالتحرّر من الضوابط كإحدى الخصائص الكبرى المميّزة لرومانسيّة القرن الثامن عشر. وللعبارة مدلول آخر عندما تكون الفرنسيّة السياق اللساني المعتمد. فهي مؤلّفة من كلمة إنكليزية (فري) أي حرّ، وأخرى فرنسيّة (راس) (Race) وتعني في بنيتها المعجميّة العِرق والأصل والسلالة، ولكن الدّال في بنيتها الصوتيّة يفيد «الرأس» (Tete) حين تكون اللغة الدارجة التونسيّة هي السّياق اللساني المعتمد. والخلاصة هي أن تركيب العبارة المشار إليها يفيد، على اختلاف سياقاته اللسانيّة، السلوك الحرّ المتطهّر من القيود. لقد نهض الفكر الرّومانسي على نزعة الحريّة والانفلات من كلّ تحديد، ومن المفيد في هذا المضمار العودة إلى أحد أهمّ تعريفات الرّومانسيّة، وهي بمعناها الواسع ثورة على القيم الكلاسيكيّة.

أما الاسم **الثاني** المستعار لعضو هيئة تحرير مدوّنة «بودورو» فهو «كلانداستينو» (Clandestino). وهي كلمة من أصل لاتيني (Clandestinus) مركّبة من «كلام» (Clam) وتعني سرّاً وخفية، و«داستينو» (Destino)، أي عيّن وأشار وحدّد. وأصبحت الكلمة من هذا الاشتقاق تفيد في العديد من اللغات الشيء الذي يتحقّق في الخفاء، أو الشيء المخالف للقوانين السائدة في المجتمع، كما تفيد معنى الإفلات من الرقابة، وهو المعنى الأكثر حضوراً وتداولاً. فالمنطقة الدلاليّة لمستوى العبارة لا تتغيّر بتغيّر اللغات التي هي من أصل لاتيني، كالفرنسيّة (Clandestin)، والإيطالية (Clandestino)، والإسبانيّة (Clandestino)، والإنكليزيّة (Clandestine). والدلالة الواضحة في الاستعارة، كما يفصح عنها المدوّن في الجذاذة التعريفيّة الخاصّة به، هو أنّ صاحبنا

---

(١٩) تتألّف هيئة تحرير «بودورو» أساساً من «فري راس» (Free-Race)، و«كلاندستينو» (Clandestino)، و«حاكم النورمال لاند» (Gouverneur de Normalland).

«يعيش (كلانداستان) في بلده» (Clandestindansmon pays)[٢٠]، أي في سرّيّة، بمعنى أنّه لا يستطيع، ثقافيّاً وسياسيّاً، ممارسة حرّيّة التعبير والرأي لكون الثقافة السائدة، كما توحي بها الاستعارة، هي ثقافة المركز (Centre) التي لا تجيز التعدّد والاختلاف، ويظلّ المدوّن، بمقتضى الحال، محقّقاً لحريّته الفرديّة بضرب من الانفلات من الضوابط والقوانين المحدّدة للعمل الإعلامي والاتصالي في انتحاله هويّة ثانية سرّيّة.

إنّ في اللغة أفقاً واسعاً للتعبير الحرّ، فالفاعليّة التواصليّة والتفاهم يتحقّقان في صلب اللغة مثلما بيّنا عبر الإشارة إلى أهمية اللغة في مشروع هابرماس الفلسفي للتواصل الاجتماعي. فاللغة «ليست مجرّد وسيلة أو مطيّة تركبها الرسالة الدلاليّة الجامعة بين شخصين على أقلّ التقديرات العدديّة»[٢١]، بل إنّها أكثر من وسيلة. إنّها، كما يراها سابير، لا تقتصر وظيفتها على التوصيل، بل تتعدّى ذلك إلى ترميز العالم الذي تمثّله، فهي حينئذ «سلطة تصوّريّة تمارس تأثيرها على متكلّمي تلك اللّغة»[٢٢]. إنّها أيضاً الفضاء الذي تتحدّد فيه التوجّهات الثقافيّة والفكريّة والأيديولوجيّة، وهي في الديمقراطيات الليبراليّة، الموجّه الحقيقي للحياة السياسيّة. لذلك نجد التعبير الحرّ في الأنظمة الشّموليّة، بوصفه ممارسة لغويّة في المقام الأوّل، يكتسي طابعاً «سرّيّاً» (كلانداستان)، على حدّ استعارة المدوّن المذكور، لأنّه يدفع بالأنا الباطني إلى الظهور والتجسّد في الأنا الاجتماعي، وفق عبارة هنري بيرغسون (Bergson)[٢٣]. ويوضّح لنا النموذج الثاني من المدوّنات هذا البعد المتمدّد في التواصل بين الأنا الباطني والأنا الاجتماعي.

٢ ـ مدوّنة «بحكي وبس»[٢٤]، مدوّنة سودانيّة ويعرّفها صاحبها على أنّها المدوّنة التي «تروي الحقيقة، وتهدف إلى التغيير الإيجابي، وتتمرّد على الواقع المتفسّخ، وتدعم السّلم والتضامن مع الشعوب». فالمدوّنة من خلال الأفعال الواصفة لوظائفها: «تدعم السّلم» ـ «تهدف إلى التغيير» ـ «تتمرّد على الواقع»، لا تختلف في أغراضها التواصليّة عن المدوّنة السابقة من حيث العمل على تغيير الواقع عبر التعبير الحرّ. ولكن الاسم الذي تحمله مثير في معانيه، خصوصاً في مستوى المنطوق من الألفاظ: «بحكي وبس»،

---

(٢٠) <http://demain-je-brule.blogspot.com>.

(٢١) عبد السّلام المسدي، **اللسانيات وأسسها المعرفيّة** (تونس: الدار التونسيّة للنشر، ١٩٨٦)، ص ٣٦.

(٢٢) عبد الله إبراهيم، سعيد الغانمي وعواد علي، **معرفة الآخر** (بيروت؛ الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي، ١٩٩٠)، ص ٤٩.

(٢٣) Henri Bergson et Claudia Stancati, dirs., *Esprit et langage* (Paris: P. Mardaga, 2001).

(٢٤) <http://abdallamakki.maktoobblog.com>.

حيث التركيب الدلالي المزدوج للعبارة، المتصل بين المباشر والضّمني. فأمّا الدلالة المباشرة فتشير إلى أنّ الأمر لا يتعدّى مجرّد الكلام، أو مجرّد «الحكي»، والقصّة برمّتها قصّة تعبير لا أكثر ولا أقلّ. وأمّا الدلالة الضمنيّة، فتتضح في كون المتكلّم عارفاً بأهميّة قوله، متوجّساً خطورته، متنصّلاً، في الوقت ذاته، من تبعات القول المحمول، في الظاهر، على أنّه مجرّد قول. والدلالتان إنّما تتقابلان في التحرّف (Warping) القاضي بتحوّل الأنا الباطني إلى الأنا الاجتماعي، وهو تحرّف لا يمكن أن يحدث خارج سلطة اللغة. فالأنا الأوّل مكتوب، وهو الأهمّ من الناحية السوسيولوجيّة لكونه يشكّل المادة الفكريّة للمدوّنة، ويجسّد درجة الوعي الكامنة في الذات. وأمّا الأنا الثاني فمنطوق، وهو ما يحدّد هويّة المادة الفكريّة في المدوّنة: «بحكي وبس». والمسافة بين المكتوب والمنطوق مسافة تسكنها الرموز الدالة على حالات النفس في المنطوق من الكلام، والدالة على الكلمات المنطوقة في المكتوب منه، كما يقول أرسطو. ويتضح من جديد، في هذا المضمار، التمركز حول الذات لاكتشافها مصدراً للمعلومات، باثّاً ومستقبِلاً في الوقت نفسه.

يزداد هذا التمركز وضوحاً في توصيف الأغراض التواصليّة للمدوّنة، عند القول: «تروي الحقيقة». فالحقيقة كما يتمثّلها المدوّن، تنحدر من طبيعة رؤيته الذاتيّة للأشياء، والمدوّن هو الذي يأتي بهذه الحقيقة ويبثّها في مجرّد «الحكي»، كما يقول، لتظلّ ناطقة بحرّيّته كفرد مستقلّ، يتمتّع بحق إعادة بناء الواقع وترتيب عناصره، وهو من هذا المنظور منتج للاعتراف بذاته، ذاتاً مستقلّة أخلاقيّة، تعكس فاعليّة الأنا.

إنّ الأنا في هذه الحالة مرادف للأنا الذي يعرّفه نوفاليس (Novalis) في معادلة جدليّة، تقتضي وجوده في وجود النقيض. والنقيض الذي هو غير الأنا، لا يمثّل كياناً خارجيّاً مستقلاً عن الأنا بقدر ما هو جزء من تكوين الأنا وتركيبته. هكذا تتجلّى نزعة التمركز حول الذات الفرديّة في علاقتها الجدليّة بالموضوع، ليكون التمركز هو الأصل في صناعة آليّة اختراع المفردات التي تحدّد بها الذات رموز الموضوع.

نلاحظ من خلال نماذج التدوين، في دراسة الحالة، أنّ لغة التدوين تراوح بين العاميّة والفصحى، وفي أحيان عديدة تكون العاميّة، أي اللغة الدارجة، هي السجل اللساني الأساسي المعتمد، وقد يعود ذلك إلى ارتباطها الوثيق بواقع النّاس، فهي رمز للواقعيّة، لا من حيث قدرتها البلاغيّة على تصوير المألوف في حياة عامّة الناس، فالفصحى تخبرنا في مواضع كثيرة أنّها الأصل في تحقيق حسن البيان، ولا من حيث قوّة التزامها كذلك بالقضايا والمضامين الشعبيّة، لأنّ قضيّة الالتزام تعود إلى تقدير

يحدث في مستوى القرار الحرّ للفرد يترتّب عنه سلوك معيّن يحكم مواقف الفرد وآرائه. ولكن اللغة الشعبيّة، بتغلغلها المثير في مفاصل المجتمع، تجسّد الحالة المتميّزة التي يتطابق فيها فكّ التشفير مع التشفير داخل حلقات التواصل الاجتماعي. فمسألة التطابق بين التشفير وفكّ التشفير مهمّة جداً في الاتصال اللساني وغير اللساني لكونها الشرط الأوّل والأساسي لتحقيق القصد الاتصالي. لقد دأبت الإذاعة الوطنيّة التونسيّة منذ الخمسينيات من القرن الماضي على إدراج نشرات إخباريّة باللهجة العاميّة التونسيّة، وهي في ظاهرها موجّهة إلى الأمّيين من فئات الشعب التونسي الذين ربما لا يفهمون الفصحى جيّداً، ولكنّها في واقع الأمر صناعة إعلاميّة موجّهة إلى الاستهلاك الشعبي الجماهيري، وهي صناعة تحقّق إلى حدّ كبير تطابق فكّ التشفير مع التشفير.

لقد ظلّت اللهجة الدارجة، بمقتضى ارتباطها الوثيق بواقع الناس اليومي، ونعني بذلك الاستخدام الواسع لعناصرها ومفرداتها، لغة التفاعل الأولى بامتياز؛ اللغة المتحرّرة من ضوابط الشكل والمضمون، ومن الأغراض الأخلاقيّة كذلك. ونصل هنا إلى طرح إشكاليّة من أهمّ الإشكاليات التي أفرزتها النزعة الرومانسيّة الحديثة والمتمثّلة بمدى مقاومة هذا التيار لأشكال التقنين والضبط في الأعمال الفنيّة والأدبيّة والتواصليّة بوجه عامّ.

ثالثاً: هدم القواعد

تأتي الرومانسيّة كمذهب فنّي متحرّر لتعصف بالقيم الكلاسيكيّة في أكثر من مجال، وتؤسّس بلاغة جديدة تستوعب إنجازات الحسّ والخيال بدل العقل، عبّر عنها جان جاك روسّو (Rousseau)، رائد هذا التيّار في أكثر من موضع من مؤلّفاته[٢٥]، ولعلّ أبرزها يتضمّنها قوله: «إنّ الخيال هوّ الذي يبسط لنا نطاق الممكنات ويغذّي الرّغبات بأمل تلبيتها»[٢٦]. ويتضح من هذا المعنى، وممّا أوردنا من تعريفات لهذه النزعة في الفقرات السابقة، أنّ الرومانسيّة لا تعدو أن تكون إغراقاً في الذاتيّة والتأزم، ولكنّها، في المقام الأوّل، ثورة على القديم.

تخيّم الرّومانسيّة اليوم بثقلها في منظومة الإعلام الجديد، مصيبة بجنونها وثوريّتها بنية القواعد الإعلاميّة والاتصاليّة المميّزة للإعلام الجماهيري الممأسس، وهي الأسس

---

(٢٥) <http://misrdigital.blogspirit.com/>.

(٢٦) Silke Cornu, *Le Mystère du verbe-essai sur la poésie chez Novalis*, chap. 2, 2ème partie, «Le Moi en Suspens», <http://www.contrepointphilosophique.ch>.

المعرفيّة التي قامت عليها، بالخصوص، أجناس الكتابة الإخباريّة في الإعلام السّمعي والمرئي والمكتوب، المترسّبة منذ عقود داخل برامج التكوين والتعليم الإعلامي، مجدّدة بذلك عودتها وزعزعتها لضوابط صناعات المضمون، على غرار ما أحدثته رومانسيّة القرن الثامن عشر من خلخلة لقواعد المسرح الكلاسيكي منذ ما يزيد على ثلاثة قرون[٢٧]. لقد أفلتت أشكال الكتابة الإعلاميّة، في الإعلام الجديد، من الضبط اللساني والتقني، ومن القواعد المنظّمة لبناء المعنى بمختلف الوسائط الإعلاميّة، ليظلّ الفعل الإعلامي فعلاً عاميّاً، شعبيّاً «دارجاً»، يقدر عليه، كما ذكرنا سابقاً، كلّ من يكتسب الحدّ الأدنى من الثقافة الرّقميّة.

ونرى في مدوّنة **الوعي المصري**، على سبيل المثال، كيف ينقل المدوّن بالصّوت والصّورة وقائع تظاهرة الحدّ الأدنى للأجور، من دون التقيّد في النقل، كفعل إعلامي له ضوابطه، بمبادئ النقل التلفزيوني، وهي التي حدّدناها في غير هذا السّياق ضمن مصفوفة من التركيبات الفنيّة والنظريّة المكوّنة لبنية النقل (Reportage) الأساسيّة[٢٨]، مثل تحديد الزاوية والمحاور، وتعيين الشهادات والأسانيد الضروريّة للبناء النظري للنقل، وضبط سلّم اللقطات وحركة الكاميرا وزوايا التقاط الصّور، وضبط الإضاءة والهندسة الصوتيّة والتركيب والمزج...

لقد اختفى مشهد ضوابط الكتابة الصّحفيّة جزئيّاً من دورة الإعلام الجماهيري ليظلّ السّمة البارزة للإعلام الفردي الجماهيري الذي أدّى دوراً مركزيّاً في التغطية الإعلاميّة للثورات العربيّة لاعتبارات عديدة، وبات المشهد المثير، تلفزيونيّاً، ذلك الذي تنقله للجماهير «صور بالعاميّة» نسمّيها «صوراً باللهجة الدارجة»، لأنّ العاميّة أو الدارجة ليست حدثاً لغويّاً يتجلّى في المنطوق من الكلام فقط، بل يوجد أيضاً تعبير مرئي بالعاميّة عندما يصبح التصوير التلفزيوني بوصفه عملاً إعلاميّاً محترفاً، قدرة عامّة، يقدر عليه كلّ من يملك آلة تصوير فيديو من عامّة الناس.

وفي حين كانت رومانسيّة القرن التاسع عشر هروباً من الحاضر عبر الحلم والخيال، فإنّ رومانسيّة القرن الحادي والعشرين، بدت، أو هي هكذا، منغمسة بقوّة في الحاضر، رغم مظاهر التبرّم، ومحاولة الإفلات من الواقع المزيّف الذي تصنعه

(٢٧) Jean Jaque Rousseau, *Rêveries du promeneur solitaire* (Paris: Marketing, 1997); «Emile ou de l'Education» (1762), et «La Nouvelle Eloise» (1761).

(٢٨) عبد الله الزين الحيدري، **الصّورة والتلفزيون: بناء المعنى وصناعة المضمون** (المنامة: جامعة البحرين، ٢٠٠٤).

مؤسّسات الاتصال الجماهيري، وكان يمكن، بتوفّر الأنظمة الافتراضيّة المتطوّرة التي دفعت بتجسيد خيال الإنسان إلى أقصى حدوده، أن تكون أكثر إيغالاً في الحلم والخيال من سابقتها. فالتقنية الجديدة لم تدفع بالنزعة الرّومانسيّة، التي حطّت بثقلها في الإعلام الجديد، إلى التخلّص من الواقع، وهي القادرة على ذلك بترسانتها الرقميّة التي تداخلت فيها الأبعاد الزمنيّة، حيث دمج الحاضر بالمستقبل، والماضي بالحاضر، إنّما ساعدت على تفكيك عناصر الواقع، ومنحت إمكانيّة ترتيبها وبنائها من جديد.

مراجع إضافية

عادل، فاخوري. **تيارات في السيمياء**. بيروت: دار الطليعة، ١٩٩٠.

عبد القادر، الغزالي. **اللسانيات ونظريّة التواصل**. القاهرة: دار الحوار، ٢٠٠٣.

فيريلو، بول. **ماكينة الإبصار**. ترجمة حسّان عبّاس. دمشق: دار المدى، ٢٠٠١.

محمد، جاري. **تدوين الذات الرومانسية: في أدب المغرب الحديث**. الرباط: المطبعة والورّاقة الوطنيّة، ٢٠٠٤.

Béguin, Albert. *Le Romantisme allemand*. Paris: Cahiers du Sud, 1966.

Benveniste, Emile. *Problèmes de linguistique générale*. Paris: Gallimard, 2002.

Bloomfield, Leonard. *Language*. Paris: Motilal Banarsidass publication, 1995.

Bour, Isabelle, Eric Dayre et Patrick Née. *Modernité et romantisme*. Paris: Champion, 2001.

De Saussure, Ferdinand, *Writings in General Linguistics*. New York: Oxford University Press, 2006.

De Senancour, Etienne Pivert. *Rêveries sur la nature primitive de l'homme*. Paris: Droz, 1939.

———. *Obermann*. Paris: Charpentier, 1863.

Derrida, Jacques, *Writing and Difference*. London: Routledge, 2001.

Descartes, René, *Les Passions de l'âme*. Paris: [n. pb.], 1650.

Fichte, Johann. *De la liberté de penser*. Traduit de Jules Barni, rééd. Cyril Morana. Paris: Mille et une nuits, 2007.

Fischer, Herve. *Le Romantisme numérique*. Paris: Les Editions Fides, 2002.

Habermas, Jürgen. *Morale et Communication: Conscience morale et activité communicationnelle*. Traduit de Christian Bouchin d'homme. Paris: Flammarion, 1999.

Hall, Stuart [et al.]. *Culture Medias*. [London]: Taylor and Francis e-Library, 2005.

Hegel. *Principes de la Philosophie de droit, ou droit naturel et science de l'etat*. Berlin: [n. pb.], 1820.

Heidegger, Martin. *La Logique comme question en quête de la pleine essence du langage*. Paris: Gallimard, 2008.

Hugo, Victor. *Les Misérables*. Paris: Gallimard, 1983.

Husserl, Edmund. *L'Idée de la phénoménologie*. Paris: Presses Universitaire de France, 1992.

Jakobson, Roman et Morris Hall. *Fundamentals of language*. London: Walter de Gruyter, 2002.

Kant, Emmanuel. *Critique de la Raison pure*. Paris: Librairie de Ladrange, 1835.

Kierkegaard, Soren. *Le Journal du séducteur*. Traduit de Ferdinand Prior, Marie-Henriette Guignot et Odette Prior. Paris: Gallimard, 1965.

Lamartine, Alphonse de. *Nouvelles Méditations poétiques*. Paris: Urbain Canel 1823.

Lardanchet, Henri. *Les Enfants perdus du romantisme*. Paris: Perrin et cie, 1905.

Latour, Bruno. *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory*. New York: Oxford University Press, 2005.

Lyotard, Jean-François. *La Condition Postmoderne: Rapport sur le savoir*. Paris: Minuit, 1979.

Nadeau, Louis. *Chateaubriand et le romantisme*. Paris: Hachette, 2009.

Nietzsche, Friedrich. *Le Crépuscule des idoles: Ou Comment on philosophe avec un marteau*. Traduit de Henri Albert. Paris: Herne, 2010.

Novalis. *Le Monde doit être romantisé*. Traduit de Olivier Scherer. Paris: Allia, 2008.

Pellissier, Georges. *Le Réalisme du romantisme*. Paris: Hachette et cie, 1912.

Ramond, Charles. *Derrida: La Déconstruction*. Paris: Presses Universitaires de France, 2005.

Richter, Johann Paul Friedrich. *Poétique ou introduction à l'esthétique*. Paris: A. Durand, 1862.

Spencer, Herbert, *Le Droit d'ignorer l'état*. Paris: Belles Lettres, 1993.

______. *L'Individu contre l'ètat*. Paris: Félix Alcan, 1885.

Stendhal. *La Chartreuse de Parme*. Paris: Ed. J. Hetzel, 1846.

Touraine, Alain. *Critique de la modernité*. Paris: Fayard, 1992.

Trabant, Jürgen. *Humboldt ou le sens du langage*. Paris: Editions Mardaga, 1992.

Virilio, Paul. *La Machine de vision: Essai sur les nouvelles techniques de représentation*. Paris: Galilée, 1988.

Weber, Max. *L'Ethique protestante et Esprit du capitalisme*. Translation de J. Chavy. Paris: Plon, 1964.



الفصل الثالث

البثّ الفضائي العربي: الواقع الراهن واستشراف المستقبل(*)

محمد الفاتح حمدي(**)

مقدمة

شهد البثّ الفضائي العربي في السنوات الأخيرة تزايداً ملحوظاً في عدد القنوات الفضائية، وخصوصاً في مجال القطاع الخاص، وهذا يدلّ على وجود متغيّرات كثيرة ومتداخلة ساهمت إلى حد كبير في هذا التحول والتطور، منها ما حدث ويحدث حالياً من حراك اجتماعي وسياسي في العديد من الأقطار العربية، الأمر الذي أدى بها إلى المسارعة إلى فتح قطاع السمعي ـ البصري، وإعادة النظر في التشريعات الإعلامية من خلال تحيينها بما يتماشى مع هذه التحوّلات والتغيّرات التي تحدث داخل الأنساق الاجتماعية.

ولو أجرينا قراءة صغيرة في التسلسل الزمني لظهور الفضائيات العربية، لأمكن القول إن المشاهد العربي تحرّر نوعاً ما من قبضة الفضائيات الأجنبية التي كانت وما زالت تنافس كل وسائل الإعلام العربية، وكانت إلى وقت قريب المتنفس الوحيد الذي يعود إليه الرأي العام العربي لمعرفة ما يحدث في الوطن العربي والعالم، من وجهة نظر

(*) نشرت هذه الدراسة، في: المستقبل العربي، السنة ٣٦، العدد ٤١٧ (تشرين الثاني/ نوفمبر ٢٠١٣)، ص ٤٥ ـ ٦٢.

(**) كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الأغواط ـ الجزائر

غربية. ولكن مع مرور السنوات شهد قطاع الإعلام السمعي ـ البصري تطوراً ملحوظاً من خلال إطلاق الكثير من الأقمار الصناعية، الأمر الذي دفع برجال المال والأعمال إلى فتح قنوات في جل ميادين الحياة، وهو تنوع ساهم إلى حدٍ كبير في تفتيت الجماهير وتلبية رغباتهم وإشباعاتهم من المشاهدة.

لقد أكدت الكثير من الدراسات العربية أن نسبة مشاهدة القنوات الفضائية العربية ارتفعت بحجم كبير في السنوات الأخيرة، نظراً إلى تعدّد وتنوّع برامجها، لكن رغم ما قيل عن تعدد وظائف البثّ الفضائي العربي، إلا أن النمو المتسارع في القنوات الموسيقية والغنائية والجامعة والمسلسلات، والأفلام وقنوات الإعلانات، يعطي نظرة أقل ما يقال عنها إنها لا تلبّي طموح المشاهد العربي، ولا تعكس أبداً متطلباته وإشباعاته، بحيث يسعى الكثير من القنوات إلى الربح السريع والشهرة والنجومية من خلال الإعلانات التجارية.

أولاً: قراءة إحصائية في تزايد عدد القنوات الفضائية العربية بين عامي ٢٠٠٨ و٢٠١٣

تشير الإحصاءات الصادرة عن اتحاد إذاعات الدول العربية لعام ٢٠٠٩ عن وجود ما يزيد على ٦٩٦ قناة تابعة لحوالى ٣٩٨ هيئة، منها ٢٦ هيئة حكومية، و٣٧٢ هيئة خاصة، وتستخدم هذه الهيئات ١٧ قمراً صناعياً بما فيها الأقمار العربية. وتجدر الإشارة إلى أنه في عام ٢٠٠٨ بلغ عدد الفضائيات العربية ٥٢٠ قناة، منها ١٣٠ عامة أو جامعة، و٣٩٠ قناة متخصّصة. ويفيد التقرير أن هذه القنوات موزّعة على تخصّصات متعددة تأتي في مقدمتها الموسيقى والمنوّعات بمجموع ١١٥ قناة، وبنسبة بلغت ٢٣,٤ بالمئة، ثم تأتي بعدها قنوات الدراما والسينما والمسلسلات بـ ٥٨ قناة، ثم القنوات الرياضية بمجموع ٥٦ قناة. وبلغ عدد القنوات الإخبارية ٣٤ قناة. وتشير الإحصاءات أيضاً إلى وجود ١١٩ قناة للموسيقى والمنوّعات بنسبة ١٩,٣٥ بالمئة، و٥٨ قناة للسينما والأفلام بنسبة ١٦,١٢ بالمئة، و٥١ قناة للرياضة بنسبة ١٣,٩٧ بالمئة، و٢٦ قناة للأخبار بنسبة ٨,٦٠ بالمئة، و٢٥ قناة للاقتصاد، و٢٣ قناة للثقافة والموضوعات التربوية، و٢١ قناة للأطفال، و١٣ قناة دينية، و١٢ قناة وثائقية، و١١ قناة تفاعلية، و٤ قنوات سياحية[١].

---

(١) تقرير البث الفضائي العربي: **خصائصه وتطوراته** (تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية، ٢٠٠٩).

مع حلول عام ٢٠١٠ بلغ عدد الهيئات العربية التي تتولى بثّ قنوات فضائية أو تعيد بثّها نحو ٤٧٠ هيئة حكومية، و٤٤٤ هيئة في القطاع الخاص. وتبثّ هذه الهيئات وتعيد بث ٧٣٣ قناة تلفزيونية، من بينها ١٢٤ عمومية، و٦٠٩ قنوات خاصة متعددة المجالات واللغات، كما بلغ عدد القنوات الجامعة ذات البرمجة المتنوعة ٦١ قناة في القطاع العمومي، و١٨٢ قناة في القطاع الخاص، فيكون عدد القنوات الجامعة ٢٤٣ قناة، بينما يصل عدد القنوات المتخصّصة إلى ٦٣ قناة في القطاع العمومي، و٤٢٧ قناة في القطاع الخاص، أي بمجموع ٤٩٠ قناة متخصّصة.

إن ما سجل من زيادة في إجمالي عدد القنوات الفضائية العربية، وهو ٧٣٣ قناة مقابل ٦٩٦ قناة في نهاية عام ٢٠٠٩، يعود بالأساس إلى القطاع العمومي الذي شهد في بعض الأقطار العربية مراجعة لمكوّنات المشهد السمعي ـ البصري فيها، أفضت إلى زيادة في عدد قنوات القطاع العمومي، بحيث وصل عددها إلى ٢٧ قناة، أي من ١٩٧ قناة في نهاية عام ٢٠٠٩، إلى ٢٢٤ قناة عند نهاية عام ٢٠١٠. وقد يتضاعف هذا العدد عدة مرات بحلول عام ٢٠٢٠، خصوصاً في ظل الحراك الاجتماعي والسياسي والإعلامي الذي يشهده الكثير من الأقطار العربية من ثورات شعبية، الأمر الذي عجّل في سقوط العديد من الأنظمة الحاكمة.

وقد وصل عدد القنوات الفضائية العربية مع نهاية عام ٢٠١٣ إلى أكثر من ١١٥٠ قناة، كما قد يتضاعف عدد القنوات الفضائية العربية في الأشهر القادمة، وفي مختلف المجالات، نظراً إلى ما حدث ويحدث من ثورات شعبية داخل البلدان العربية. وهذا ما سوف يكون له انعكاس إيجابي في ظهور قنوات متعددة في جميع الأقطار العربية ابتداءً من عام ٢٠١٥.

كما تجدر الإشارة إلى اختفاء بعض القنوات الفضائية العربية من قنوات القطاع الخاص بعد ظهورها لسنوات، وهذا راجع إلى نقص مصادر تمويلها ودعمها، في ظل المنافسة الكبيرة التي خلقتها الكثير من القنوات الفضائية.

والملاحظ أن القنوات العمومية التي بلغ عددها ١٢٤ قناة تعتمد على نظام البثّ المفتوح، سواء كانت قنوات جامعة أو متخصّصة، باعتبارها مرفقاً عمومياً في خدمة المشاهد. أما قنوات القطاع الخاص، فتعتمد نظام البثّ المفتوح بالنسبة إلى ٥٥٧ قناة جامعة ومتخصّصة، بينما تقوم بتشفير ١٤٢ قناة جامعة ومتخصّصة. وقد يتضاعف عدد القنوات الخاصة المشفّرة في السنوات المقبلة، نظراً إلى انتشار

سياسة الاحتكار الإعلامي في ظل المنافسة الشرسة بين الشبكات الإعلامية الكبرى في الوطن العربي.

وتبثّ جلّ قنوات الهيئات العربية على أقمار عربسات ونايلسات ونورسات، كما تستخدم عدداً من السواتل الأجنبية بما مكّنها من تغطية كامل المعمورة. أما في ما يخصّ اللغات المستعملة بحجم كبير في البثّ الفضائي العربي، فهي اللغة العربية بنسبة ٧٥,١٧ بالمئة، وهذا مع نهاية عام ٢٠١٠، ويبلغ عدد هذه القنوات ٥٥٧ قناة. وتأتي اللغة الإنكليزية في المرتبة الثانية بنسبة ١٣,٢٣ بالمئة، وبعدد من القنوات يصل إلى ٩٧ قناة، في العام نفسه. أما البثّ باللغة الفرنسية، فلا يتجاوز ١,٠٣ بالمئة، وهناك مجموعة من القنوات تبثّ باللغتين العربية والإنكليزية، ويصل عددها إلى ٥٧ قناة بنسبة ٧,٨٧ بالمئة تقريباً. كما يشتمل البثّ الفضائي العربي على عدد من القنوات الفضائية يقدر بـ ٢٠ قناة تبثّ كلياً أو جزئياً بلغات مختلفة، وهي: الهندية، والأمازيغية، والإسبانية، والكردية، والفارسية، والعبرية، والتركية، والبربرية... إلخ، وتمثل نسبة ٢,٧٠ بالمئة[٢].

ولكن لا بد من الإشارة إلى أن هذه الإحصاءات المقدمة تدرج اللهجات العربية ضمن اللغة العربية، ولهذا يجب التنبيه إلى أن حال اللغة العربية في القنوات الفضائية العربية يشهد تقهقراً كبيراً، وأيضاً سيطرة القنوات الناطقة باللهجات المحلية، وكأن اللغة العربية أصبحت عاجزة عن التعبير عن أفكارنا وطموحاتنا، وقد تتعدّد الأسباب. ولكن يبقى السؤال المطروح هو: لماذا تهمّش اللغة العربية في القنوات الفضائية العربية؟ فهذا السؤال بمفرده يتطلب دراسات علمية كثيرة لتشخيص الأسباب وتقديم الحلول.

ومن خلال الوصف المورفولوجي لحالة البثّ الفضائي العربي، يمكننا استخلاص السمات والخصائص للوضعية الراهنة في النقاط الآتية:

ـ سيطرة القطاع الخاص والهيئات غير الحكومية على الفضاء السمعي ـ البصري، خصوصاً في الآونة الأخيرة.

ـ سيطرة قنوات التسلية والترفيه على وظيفة البثّ الفضائي العربي.

ـ تنامي وتوسع ظاهرة الاحتكارات والمجموعات الإعلامية العربية.

---

(٢) اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية: البث الفضائي العربي: التقرير السنوي ٢٠١٠ (القاهرة: اتحاد الدول العربية، ٢٠١٠)، ص ٥ ـ ١٧.

ـ التوسع في البنية التحتية للبثّ من خلال الأقمار الصناعية وتكنولوجيا البثّ الحديثة، الأمر الذي جعل الأحداث العالمية والأخبار تنقل مباشرة إلى المشاهد[٣].

ـ نقص التشريعات القانونية المنظّمة للظاهرة الإعلامية، خصوصاً في جانب السمعي ـ البصري والإعلام الجديد.

ـ تغليب الجانب الشكلي والتقني على جانب المحتوى، من خلال اللجوء إلى استيراد جلّ الأنظمة والأجهزة الحديثة التي تستخدم في التصوير والتركيب ونقل الأخبار والديكور، وهذا بغية الحصول على صورة دقيقة وواضحة.

والملاحظ من خلال الخريطة الراهنة للبثّ الفضائي العربي أن التوجه العام للفضائيات العربية يسير ضمن منظورين، هما:

١ ـ **منظور الإعلام الخاص**: يمثل المنظور الأول إعلام القطاع الخاص والمستثمرين الخواص الذين ينظرون إلى العملية الإعلامية على أنها استثمار مربح، والبرامج عبارة عن سلع، والإعلانات هي دأب القائمين على الاتصال لما تعود به من أرباح على مالكي الفضائيات[٤].

٢ ـ **منظور الإعلام الحكومي**: هذا المنظور الحكومي والعمومي نجد جذوره في أن البلدان العربية جميعاً بعد الاستقلال كانت ترى أن الإعلام قطاع استراتيجي يمثل السيادة، ومن أهم الأدوات التي تستخدم في بناء الدولة الوطنية الجديدة. وعموماً، فإن الإعلام العربي في هذه الفترة لم يخرج عن التصنيفات الآتية: إعلام سلطوي وحزبي، إعلام تعبوي، إعلام تنموي، إعلام تحرري وثوري.

ثانياً: نقد محتويات برامج القنوات الفضائية العربية

ما يدعو إلى الدهشة أن نسبة كبيرة من البرامج التي تقدمها الفضائيات العربية تحاول فيها تقليد الغرب، إذ إن نسبة لا بأس بها منقولة تماماً من برامج أجنبية، وكأن قريحة الإبداع العربي قد تعطلت واكتفت بالاقتباس وإعادة ما تم إبداعه من قبل الغرب في قنواتهم الفضائية. ومهما يكن، فإنه من الصعب على الشخص المتابع ومتلمّس

---

(٣) عبد القادر عراضة ومحمد الفاتح حمدي، **إنتاج النشرات الإخبارية التلفزيونية** (عمّان: دار أسامة، ٢٠١٣)، ص ٧٤.

(٤) سليمان صالح، **الإعلام الدولي** (الكويت: مكتبة الفلاح، ٢٠٠٣)، ص ٢٤٦.

الحلّ الوقوف أمام هذه المعضلة لتقييم مضمون أية قناة، بعيداً من الآراء الشخصية، بسبب ما يصاحب البثّ التلفزيوني من تداخلات ومتغيّرات، يختلف عن أسلوب التقييم لمجلة أو صحيفة.

وقبل الشروع في تقديم توصيف لمحتويات القنوات الفضائية العربية، لا بأس من أن نعرض تقسيم البرامج المقدمة فيها كالآتي[٥]:

ـ **القسم الأول**: يمكن وضعه في خانة البرامج الجادة، ويضم الأخبار والتحاليل السياسية والبرامج العلمية والاقتصادية والثقافية والدينية والفكرية والحوارات التي تهتم بالقضايا الجوهرية في حياة الشعوب.

ـ **القسم الثاني**: يشكّل البرامج الفنية ويضم الأفلام والمسلسلات والأغاني والحوارات الفنية.

ـ **القسم الثالث**: ما يتعلق بالعائلة والأسرة والمجتمع، وما يخصّ المرأة والطفل والشباب.

ـ **القسم الرابع**: يلحق بالمنوّعات، كالمسابقات والرياضة والسياحة والتسلية.

وتوصلت دراسة علمية ركّزت على دراسة محتويات بعض القنوات الفضائية العربية الأكثر مشاهدة في الوطن العربي إلى النتائج المبيّنة في الجدول الرقم (٣ ـ ١)[٦].

واللافت أن الفضائيات العربية منذ بدايتها راحت تنحو دائماً وبسرعة إلى زيادة ساعات البثّ، إذ بلغ مجموع ساعات البثّ في القنوات العربية داخل وخارج الحدود في مطلع التسعينيات نحو ٤٣٨ ألف ساعة سنوياً. وكما هو معلوم، فإن الإنتاج التلفزيوني والسينمائي العربي لا يكفي لإشغال مئات الآلاف من ساعات البثّ، وقد لا يصل الإنتاج إلى ربع الحاجة، ومما يزيد الأمر سوءاً، ضعف التبادل والتنسيق البرامجي بين البلدان العربية. وأكدت دراسات اليونسكو أن المحطات العربية تستورد من الدول الأجنبية، وخصوصاً الولايات المتحدة، ما بين ٤٠ بالمئة و٧٠ بالمئة من مجموع برامجها. وتقدر البرامج الترفيهية الموجهة أساساً إلى الشباب والأطفال بـ ٥٢,٣ بالمئة، في حين

---

(٥) عبد العزيز محمد الخضر، «قراءة هادفة في القنوات الفضائية،» البيان، العدد ١٤٣ (تشرين الثاني/ نوفمبر ١٩٩٩)، ص ٨٠ (بتصرّف).

(٦) المصدر نفسه، ص ٨٠ (بتصّرف).

تستحوذ البرامج الإخبارية على ١٦,٣ بالمئة، بينما لا تتعدى البرامج الثقافية الـ ١١,٩ بالمئة[٧].

الجدول الرقم (٣ ـ ١)

البرامج الأكثر مشاهدة في الوطن العربي على القنوات الفضائية العربية

(نسبة مئوية)

اسم القناة	البرامج الجادة	البرامج الفنية	البرامج العائلية	البرامج المنوّعة
دبي	٤٦,٦٨	٣٥,٩٦	٠٩,٩٣	٠٨,٣١
مصر الفضائية	٢٤,١٦	٤٣,٩٥	١٣,١٢	١٨,٧٦
LBC	٠٧,٩٧	٤٤,٣٠	٢٢,٦٧	٢٥,٠٥
قناة «المستقبل»	٠٧,٦٧	٤٢,٣٢	٢٨,٥٠	٢١,٥٠
MBC	١٨,٢٣	٥٥,٢٤	٠٩,٩	١٦,٦٣
الجزيرة الإخبارية	٩٠,٥٧	٠,٥٩	٠,٥٩	٠٨,٢٣
الشارقة	٧٣,٣٠	٠٦,٣٨	١٠,٧٦	٠٩,٥٢
المجد	٨٠,٣٠	٠٠	١٠,٧٦	٠٩,٥٢

إن المحلل لبرامج القنوات الفضائية العربية يجد أن معظم القنوات الفضائية غلب على إنتاجها البرامجي الطابع الترفيهي المقلّد لما ينتجه الغرب، والدليل على ذلك الـ «فيديو كليب» الذي يبثّ على القنوات الفضائية العربية، والذي تقدم فيه المرأة على أنها سلعة للعرض وجذب الأنظار نحوها من أجل الترويج للسلع الاستهلاكية التي يكون الهدف من ورائها دائماً الربح السريع[٨].

والمؤسف جداً أن معظم القنوات الفضائية العربية انحرفت عن الهدف الأسمى الذي ظهرت من أجله، وهو خدمة المشاهد العربي وتلبية رغباته وحاجاته، بالإضافة إلى تغطية الفراغ والعجز الذي كان سائداً في ظل وجود

(٧) محمد طلال، «الثقافة الموجهة للأطفال والشباب في القنوات الفضائية العربية،» **المجلة العربية للثقافة**، العدد ٣٣ (١٩٩٧)، ص ١١٥.

(٨) انظر: محمد جاد أحمد، **البث الفضائي العربي** (القاهرة: دار المعرفة، ٢٠٠١)، ص ٦٤ (بتصّرف).

القنوات الحكومية والقنوات الغربية. كما أن كل الشعارات التي رفعتها في بداية البثّ سرعان ما سقطت وانكشف الوجه الخفي لهذه القنوات، التي أصبحت تروّج لثقافة العري والتهريج وإثارة الغرائز والشهوات لدى الشباب والمراهقين. بينما مالت بعض القنوات الأخرى إلى اتخاذ التهريج السياسي والمزايدة حرفة تتكسّب منها، بل تجاوزت ذلك لتدخل في متاهات عالم الاستخبارات والجاسوسية، ولتتحول إلى أداة طيّعة في خدمة الأغراض الاستعمارية بأشكالها الجديدة عبر التدخل في شؤون الدول والأقاليم لبثّ الفوضى السياسية والتململ الاجتماعي بالتشكيك والتحريض[٩].

إن كثيراً من القنوات الفضائية العربية غير الحكومية باتت تهتم بكسب المتلقّين، وذلك من خلال تحسين طبيعة البرامج التي تبثّها، فهناك قنوات عربية بدأت تستخدم أسلوب التخطيط البرامجي الذي يستخدم في البثّ الوافد، كي تعمل على كسب أكبر عدد من المتلقين، الأمر الذي جعل تلك القنوات تبثّ برامج عديدة وكثيرة لا تتلاءم وواقع المتلقي العربي، وهذا الأمر إنما هو انعكاس لتجنّب الخسارة المادية التي قد تلحق بالقناة الفضائية، وهو ما جعل تلك القنوات تلتزم بالوضع التجاري وتتقيد به كي تتجنّب الخسائر المادية[١٠]. لقد أدى هذا الوضع ـ التجاري ـ إلى قيام تنافس حادّ بين القنوات لاجتذاب أكبر عدد من المشاهدين حتى تضمن القدر المناسب من الدخل[١١].

وانطلاقاً مما يقدم من برامج متنوّعة عبر القنوات الفضائية العربية، نعرض بشيء من التفصيل لمحتويات بعض البرامج المقدمة في الشبكات البرامجية لبعض القنوات الفضائية العربية التي يتفق أغلبية الدارسين والباحثين أن محتوياتها تستحق النقد. ومن بين هذه البرامج نذكر البرامج التالية:

١ ـ البرامج الترفيهية

يشير بعض المهتمين إلى أن نسبة البرامج الترفيهية المستوردة في معظم القنوات الفضائية العربية تبلغ ٨٨ بالمئة من جملة البرامج المستوردة، بينما لا تتجاوز نسبة البرامج الثقافية ١٢ بالمئة، ومع أن معظم هذه البرامج الترفيهية تحمل كثيراً من قيم

---

(٩) فواز منصور الحكيم، **سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري** (عمّان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١)، ص ٢٩٢ (بتصرّف).

(١٠) عبد الباسط سلمان، **عولمة القنوات الفضائية** (القاهرة: الدار الثقافية للنشر، ٢٠٠٥)، ص ٥٢.

(١١) نسمة أحمد البطريق، **التلفزيون والمجتمع** (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٩٩)، ص ١٠٥.

المجتمعات المصنّعة لها، وهي في معظم الأحيان تناقض القيم الاجتماعية الأصلية لمجتمعاتنا، إلا أنها تتسرب إلينا من خلال قنواتها التلفازية الفضائية[١٢].

ومن الأمور الخطيرة، ظهور ما يسمّى «تلفزيون الواقع» في القنوات الفضائية العربية، المنقول عن التجربة الغربية، القائم على فضح خصوصيات الناس أمام أعين المشاهدين في بيوتهم، بما يرضي نزعة حب الظهور عند الطرف الأول، ونزعة اللصلصة عند الطرف الثاني، وذلك تعويضاً عن الجسد المطرود من الاتصال الرقمي.

إن هذا النوع من العمل المتلفز الذي لاقى نجاحاً كبيراً بقدر ما لاقى انتقاداً كبيراً يعود بفكرته إلى رواية جورج أورويل **عام ١٩٨٤** التي نشرت في عام ١٩٤٩ حول سيطرة نظام بوليسي على المجتمع قادر على رصد كل تحركات الشعب ومعرفة أفكاره، ويكون مسؤولاً عن هذا النظام الأخ الأكبر الذي يدّعي حرصه على المجتمع، ولكنه في الواقع يعمل للسيطرة عليه وكبت أفكاره الاستقلالية. ولقد تم في العمل في تلفزيون الواقع الأخذ بالمبدأ الذي اعتمد في حبكة هذه الرواية، كما تم بناء البرامج عليه مع بعض التعديلات، أي أنه تجري مراقبة الكاميرات ٢٤ ساعة على ٢٤ ساعة أفراداً مأسورين متطوعين لذلك، ومجبرين على أن يعيشوا سوية في مكان مقفل منقطع عن العالم. وبدهاء أرضت قناتا «LBC» و«المستقبل» عبر هذه المسلسلات مشاعر المشاهدين.

فبرنامج «ستار أكاديمي» الترفيهي الذي تبثّه قناة «LBC» يمثل فكرة سياسية اجتماعية ثقافية، وقد تعرّض لنقد كبير من قبل رجال دين سعوديين معتبَرين. هذا البرنامج يدعو إلى الفساد، ولكن من جهة أخرى نلاحظ أن هذا النوع من البرامج راح يستقطب أعداداً هائلة، ليس فقط من المشاهدين السلبيين، إنما من المشاهدين المتفاعلين مع هذه البرامج، ومع أبطالها، والمتحمّسين للتصويت بعدما غرّر بهم، وتم إيهامهم بأن فرصتهم الوحيدة في هذه الحياة مفتوحة أمامهم ليقرّروا كلمتهم، مع العلم أن هناك عمليات تواطؤ تحصل بين محطات التلفزة وشركات الاتصال تعمل على نهب الناس السذج من خلال اللعب على عصبياتهم.

وكأمثلة أخرى على مفارقات البرامج الترفيهية، نشير إلى برنامج «إفتح قلبك» الذي كان يبثّ على قناة «LBC». هذا البرنامج المقلد لبرنامج أجنبي، كان قد أعدّ في الأصل لمجتمع ضعفت فيه الروابط العائلية والأسرية، وضعفت فيه المجموعات، فحلّ التلفزيون في المجتمع الجماهيري بديلاً من تلك الروابط وفقدان الحميمية. إن

(١٢) محمد جاد أحمد، البث الفضائي العربي (القاهرة: دار المعرفة، ٢٠٠١)، ص ٦٤ ـ ٦٧.

هذه البرامج المقلدة لبرامج أجنبية، والمدرّة أرباحاً هائلة للمحطات التي تتواطأ مع شركات الاتصال وشركات الإعلان، وحتى شركات استطلاعات الرأي، دخلت إلى الوطن العربي من دون استئذان، بعد أن سبق للمشاهدين العرب أن شاهدوها على شاشات أجنبية، ولم يعُد منعها تحت عنوان القيم والأخلاق مجدياً، فما كان من الفضائيات العربية، لتتمكّن من الأخذ بهذه البرامج، إلا أن ابتكرت أساليب إقناع وتحايل تجاه مجتمعاتها، موهمة المشاهدين أن الهدف من هذه البرامج هو اللحاق بالموضة الرائجة.

كذلك، فإن التحرر الذي نشاهده في الـ «فيديو كليبات» الذي فاق كل الحدود، ووصل أحياناً إلى مشارف الإباحية، لم يجد من يوقفه أو يحاول تهذيبه، وإنما بدا وكأن هناك تحالفاً لإطلاقه، والرهان على المكاسب من ورائه، سواء مكاسب الإعلانات، أو المراسلات التي يرسلها الجمهور، وتكتب عبر أسفل الشاشة[١٣].

وشهد الفضاء العربي قنوات فنية مختصّة، إما بـ«الفيديو كليب»، وإما بالأفلام والمسلسلات، وربما وجدت الأجيال الجديدة من الفنانين والعاملين في هذا الحقل ضالتها ومورد رزقها، وربما وجدت هذه الفضائيات في صناعة الترفيه باباً جديداً لأرباحها، أو وجدت شركات الإعلان في هذه القنوات تصويباً مباشراً لأهدافها في الوصول إلى المستهلكين المحدّدين من قبلها.

نشرت قناة «شو تايم» في جريدة **الأهرام** المصرية إعلاناً تعرض فيه للمشترك ٦٠٠ فيلم في الشهر الواحد، مقابل اشتراك لا يزيد على أربعة جنيهات مصرية في اليوم الواحد بالنسبة إلى المتلقين في جمهورية مصر العربية، وحتماً أن هذا المبلغ الخاص بالاشتراك هو مقارب لمبالغ الاشتراك في باقي الأقطار العربية، ومعنى ذلك أن الـ «شو تايم» تعرض للمتلقي كل ما يريد مقابل الاشتراك الذي يدفعه، وهو ما يقود هذه القناة إلى أن تصبح مستقطبة من قبل كل من يتمكّن الاشتراك فيها. والواقع أن قيمة الاشتراك ليست عسيرة على أغلب المتلقين، الأمر الذي جعل القناة تنافس باقي القنوات العربية. وكما ذكرنا، فإن هذه القناة تعرض للمتلقي كل ما يرغب ويشتهي من مواد فيلمية محظورة أو غير محظورة، وهو ما قاد بعض القنوات الفضائية العربية الأخرى إلى الأخذ بهذا المنحى كي تحقق وجودها في مساحات البثّ الفضائي، وتتجنب الخسائر المادية،

(١٣) نهوند القادري عيسى، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية: **الوقوف على تخوم التفكيك** (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨)، ص ١٢٨ ـ ١٢٣.

حتى إن القنوات الحكومية أيضاً باتت تشعر بضرورة التغيير، الأمر الذي شجعها على أن تراجع واقع خططها البرامجية بغية كسب واستقطاب المتلقين[١٤].

وفي مشهد الفضائيات العربية، واصل شريط الأغنية المتلفزة صعوده وغرقه في التوهم الجنسي، ووصل الأمر إلى حدّ الهبوط بمفهوم الجنس والجسد إلى مستوى متدنٍ (مثلما نشاهده في قنوات «روتانا»، و«ميلودي»، و«قيثارة»... إلخ)[١٥]. والذي زاد سوء هذه القنوات الغنائية هو ذلك الشريط المبتذل الذي يوضح الأثر السيئ مما يعرض على هذه القنوات، أو ذلك الشريط الذي يبثّ من خلال رسائل «SMS»، والذي يوضح لك المستوى الذي يراد أن يصل إليه المتابع لهذه القنوات. وهناك قنوات خاصة لهذه الرسائل فقط للتعارف وتبادل الرسائل، فكم من المال والوقت يبذل في سبيل ذلك؟ تزايد عدد القنوات الفضائية التي تمارس هذا النوع من النشاطات، وقد عبّر بعضها عن أن ما يحدث هو استثمار تجاري من خلال رسائل «SMS» من دون أن يبرر سبب عدم وضع رقابة على الرسائل التي ترده من المشاهدين. وقد أصبحت تجارة هذا النوع من الرسائل رائجة بقوة مع القنوات التي تظهر على الشاشات الرقمية، كما أكدت إدارات بعض هذه القنوات، وخاصة الغنائية منها، أن هذه الرسائل تدر أرباحاً على كل قناة إذا ما اعتبرنا أن تكلفة الواحدة منها تساوي ٥ ريالات[١٦].

والملاحظ أيضاً أن هناك عدم انتظام في إدراج البرامج الترفيهية في الشبكات البرامجية للقنوات الفضائية العربية، سواء من ناحية سوء اختيار الأوقات المناسبة لبثّها، أو من ناحية ضعف محتوى هذه البرامج، حيث نجد مثلاً برنامجاً سياسياً يُبث في وقت معيّن، ثم يليه مباشرة برنامج ثقافي، وبينهما برامج ترفيهية ذات عناوين متكررة لملء الفراغ، مثل: مسلسل «هوانم غاردن سيتي» الذي تم عرضه على ثلاث قنوات. وهذا ما يدل على أن معظم هذه المحطات غايتها ملء الفراغات الموجودة في الشبكة البرامجية من دون مراعاة لتلبية رغبات وإشباعات الجمهور الموجّهة إليه، هذا فضلاً عن ظاهرة تقليد البرامج لبعضها البعض، حتى في أتفه الأفكار وأسخفها، إلى درجة أن بعض القنوات فتحت أثيرها لتنشر عبرها ثقافة التبصير بالأسماء وكيفية علاجها، كبرنامج «يمكن هيك» الذي عرض على قناة «NBN»، بالإضافة إلى برامج التنجيم وكتابة الأحجية التي ما زالت تجتاح عدداً كبيراً من برامج الفضائيات العربية، لا بل إن بعضها

---

(١٤) سلمان، **عولمة القنوات الفضائية**، ص ٥٣.
(١٥) عيسى، المصدر نفسه، ص ١٥٧ ـ ١٥٨.
(١٦) **الوطن** (الرياض)، ١٨/ ٧/ ٢٠٠٦.

اتخذ سمة التخصّص في هذا المجال، وبات بعض «مدّعي العلم بالغيب» نجوماً دائمين لديها، خصوصاً مع نهاية كل سنة وبداية سنة جديدة.

إنها مفارقة اعتماد أحدث الوسائل التقنية من أجل إشاعة أكثر الظواهر تخلّفاً. ولعل نظرة إلى البرامج الترفيهية ترينا أن معظمها يحمل إيحاءات جنسية، وذلك من خلال حشد نسبة كبيرة من الفتيات الجميلات الصغيرات، بحيث تحوّلت إلى شاشات للأنوثة يسيطر فيها شكل ودرجة أنوثة المرأة على كل شيء. وحدِّث ولا حرج عما حدث لبعض المذيعات من مواقف محرجة بسبب الأنوثة الزائدة أو المفتعلة، خصوصاً في برامج الهواء، فضلاً عن الاتصالات التي تعكس بوضوح أهمية الأنوثة في رواج برنامج وإشهار مذيعة. وتسعى هذه الإثارة إلى تفجير المكبوتات في مجتمع ذكوري، خصوصاً أنها تحصل باللغة العربية، ومن خلال نساء عربيات لتكون هذه المرة النكهة عربية. ولعل تسمية «البرامج الترفيهية» كانت معبرة عن تلك الإثارة خير تعبير، مثل «الليلة ليلتك»، و«سلّم أمرك لهنادي»، و«ما إلك إلا هيفا»... إلخ. وكادت تقتصر صناعة الصورة في عدد كبير من هذه الفضائيات على وجوه وأجساد المذيعات في الحوارات وبرامج التسلية والعروض الخفيفة... إلخ.

وتبقى برامج الألعاب القائمة على الاتصالات، والتي أخذت تشغل حيزاً كبيراً، وتلقى رواجاً كبيراً، ولا سيما خلال شهر رمضان، والتي تقوم في معظمها على سذاجة الأفكار، وعلى مشاركة الناس على اختلافهم في لعبة الحظ التي هي الصورة الرمزية لحياة المجتمعات العربية. وتتجسد في هذه الصورة قيمة المال المجردة عن سائر الاعتبارات والقيم التي تحكم علاقات المجتمع، فهنا المال السهل والمال الممتنع في آن واحد، وهنا المدبر الذي يمنح الفرص المتكافئة، والمشاركون من فئات مختلفة مسلّمون بأقدارهم. ولقد شهدت هذه البرامج تكاثراً وتطوراً بما يتناسب وموضة البرمجة في العالم، ملامسةً في العقد الثاني من عمر الفضائيات برامج «تلفزيون الواقع»، ومدخلة المنافسة ليس فقط في الأسئلة والأجوبة والألعاب، إنما أيضاً في صميم الحياة الإنسانية، فغدا التنافس على النجومية، وعلى الزواج، وعلى الحب، وشهدنا برامج في الفترة الأخيرة تحاكي المكبوتات في المجتمعات الشرقية بطريقة عصرية، معيدة إنتاج الأفكار المنمّطة بقالب عصري جذاب، كبرنامج «ستار أكاديمي»، و«قسمة ونصيب»، و«قلبي دليلي» التي عرضت على قناة «LBC»، و«عريس لقطة» على شاشة قناة «المستقبل»[١٧].

---

(١٧) عيسى، المصدر نفسه، ص ٢٩٣ ـ ٢٩٧.

وأغلبية برامج الترفيه والتسلية المقدمة في جلّ القنوات الفضائية العربية هي موجَّهة إلى فئة الشباب العربي، ويمكن تسميتها «البرامج الشبابية» التي تأتي في الغالب ضمن قالب الإثارة والعزف على الجوانب المثيرة في هذه الفئة، مثل: الرياضة والجنس والعنف وغيرها. ويمثل الجدول الرقم (٣ ـ ٢) عيّنة من القنوات المتخصّصة التي تتوجه ببرامجها الترفيهية إلى فئة الشباب بالدرجة الأولى:

الجدول الرقم (٣ ـ ٢)

القنوات بشبكاتها الحكومية والمتخصصة التي تتوجّه ببرامجها إلى فئة الشباب

نوع القناة	شبكة حكومية	شبكة متخصّصة
الموسيقى والمنوعات	٤	٧٩
الرياضة	١١	٤٠
الترفيه	٠٠	٣٠
الدردشة	٠٠	١٢
تلفزيون الواقع	٠٠	١
الموضة	٠٠	١
المجموع	١٥	١٦٤

المصدر: مستخرج من إحصاءات اتحاد الدول العربية (عام ٢٠٠٩)

من خلال الجدول الرقم (٣ ـ ٢) يمكننا التأكيد أن الشباب العربي اليوم هو تحت هيمنة الهيئات والمحطات التلفزيونية الخاصة، ويبدو أن الإعلام الحكومي أو الرسمي قد استقال من مهامه، أو فوّض جزءاً كبيراً منها للإعلام الخاص الذي لا نختلف في كونه جزءاً من الإعلام الوطني، وبإمكانه المساهمة في الجهد الوطني العام، وفي مجال الرقيّ بالشباب والاستجابة لتطلعاتهم. «لكن في المقابل، يجب التنبيه إلى ضعف هذا الإعلام على المستوى التنظيمي، فما عدا بعض الاستثناءات، نجد أنه لم يرقَ إلى منظومة إعلامية صلبة، ومعظم الفضائيات العربية تعاني أزمات مالية وإدارية بسبب غياب التخطيط. ولعل صفقة بيع شبكة «راديو وتلفزيون العرب»

لقنواتها الرياضية لصالح شبكة «الجزيرة»، وإعادة هيكلة شبكة قنوات «روتانا»، وإغلاق قناتين لعدم جدواهما الاقتصادية، يعبّر بوضوح عن أزمة الفضائيات العربية الخاصة»[١٨].

٢ ـ برامج المسلسلات والأفلام

يلاحظ المشاهد للقنوات الفضائية العربية التزايد الكبير في قنوات الدراما التي بلغت مع نهاية موسم عام ٢٠١٠، ٦١ قناة مختصّة في نقل الأفلام والمسلسلات، بالإضافة إلى القنوات الجامعة التي بلغ عددها ٢٤٣ قناة تخصص مساحات كبيرة في شبكتها البرامجية لبثّ أفلام ومسلسلات. ويحتدم السباق بين هذه القنوات الفضائية العربية لشراء الأفلام والمسلسلات الجديدة في شهر رمضان من أجل جلب أكبر قدر من المشاهدين لبرامجها.

والملاحظ في الشبكة البرامجية للقنوات الفضائية العربية في البدايات الأولى رواج المسلسلات الأمريكية القديمة المعادة أكثر من مرة، والمكسيكية المدبلجة التي تدور في أغلبيتها حول الغرام والانتقام، بحيث يسهل على المشاهدين الذين يعيشون أوضاعاً صعبة التماهي مع أبطالها، والمسلسلات العربية التي تحوز المسلسلات المصرية نسبة كبيرة منها، أي بحدود ٨٠ بالمئة.

كما شهدت القنوات انتشار الدراما السورية التي تتميز بكلفتها البسيطة قياساً بباقي الدول، وبأنها غالباً ما تتوافق مع العقلية الرقابية لبعض أقطار الخليج. وكمؤشر على ازدهار الدراما السورية، تم رصد نحو ٦٠ شركة إنتاج فني في سورية، غير أن هناك من لاحظ تراجعاً في المدّ السوري الدرامي في الفترة الأخيرة، ليس على مستوى المساحة، إنما من خلال المتابعة الجماهيرية، معللاً ذلك بالرتابة التي بدأت تقع فيها هذه المسلسلات، وذلك باتباع نمط إخراجي موحّد وتشابه في الموضوعات. كما نلاحظ في الآونة الأخيرة الانتشار الكبير للدراما التركية التي اكتسحت القنوات الفضائية العربية، بإخراج مواضيع جديدة تركز على المشاكل الاجتماعية والعاطفية والسياسية، مثل مسلسل «وادي الذئاب» الذي أحدث عدة ردود فعل من قبل السلطات اليهودية أثناء عرضه[١٩].

(١٨) الشرق الأوسط، ٣١/١٢/٢٠٠٩.
(١٩) عيسى، المصدر نفسه، ص ٢٩٧ ـ ٢٩٨.

٣ ـ البرامج الإخبارية والحوارية

تحذّر بعض الرؤى من أن العمل الإخباري بات مهدداً في ظل التوجهات الجديدة في مجال صناعة الإعلام والاتصال، ولم يتردّد بعضها بالإعلان صراحة عن: «الموت القادم للأخبار التلفزيونية والبرامج الإخبارية المتميزة» بسبب غياب الإعلان وتوجه القنوات نحو التسلية والترفيه، والاهتمام بالبرامج المربحة. ومن أهم الدراسات المبكرة التي نبّهت إلى ذلك دراسة كونراد سميت (Conrad Smith) المعنونة **مراسلو التلفزيون ومنتجوه كصحافيين** (*Television Reporters and Producers as Journalists*)، حيث خلصت إلى أن نضال الصحافيين في المحطات التلفزيونية والإخبارية هو من أجل «نبل العمل الصحفي»، وبخاصة الأخباري، في حين يندفع المنتجون وراء غاية واحدة هي تحقيق الربح من منطلق أن «الخبر الصحفي هو سلعة يحكمها قانون العرض والطلب في سوق الاستهلاك الإعلامي»[٢٠].

والملاحظ في المشهد الإعلامي الفضائي العربي ارتباك الفضائيات العربية على مستوى الأداء المهني أثناء تغطية الأحداث المفاجئة أو الصادمة، وأيضاً على مستوى أخلاقيات العمل الصحفي، وعلى مستوى تخطّي الصحافيين حدود المهنة، والتعدّي على مهن أخرى ليست من اختصاصهم، وعلى مستوى اللهاث وراء السبق الصحفي في التصوير وفي نقل المعلومات من دون التأكد منها والتدقيق بصحتها، حتى ولو كان على حساب المشاعر الإنسانية. وهذا ما حصل ويحصل حالياً في العديد من القنوات الفضائية العربية التي تتسابق إلى نقل الأحداث عن الثورات العربية في كل من تونس، ومصر، وليبيا، واليمن، وسورية، والبحرين، والأردن، والمغرب، والجزائر... من دون التأكد من مصادر أخبارها، وهذا بغية تحقيق السبق الصحفي في نقل الأحداث، وكسب أكبر قدر من المشاهدين عبر ربوع الوطن العربي.

إن التنافس الذي خلّفته القنوات الفضائية العربية في ما بينها أقل ما يقال عنه إن سمته التكرار والاجترار والانفعال، حيث اتجهت هذه القنوات إلى تغطية الصراعات السياسية والاقتصادية، سواء كانت بين الدول أو داخل الدولة الواحدة، التي تصبّ في خانة الصراعات على السلطة، وكان لها الحيّز الأكبر من التغطية. في حين تراجعت الأخبار التي تمسّ حياة المواطنين العادية، وكيف أن برهان المنفعة المرتبط بالأحداث

---

(٢٠) محمد شطاح، دراسات عربية وأجنبية في **الإعلام التلفزيوني** (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٧)، ص ٧٩.

المدنية غاب عن هذه العناوين، وكيف أن منظمات المجتمع المدني لم يكن لها أي مكان في هذه العناوين، كما أصبح اختيار المواضيع مرتكزاً في جزء كبير منه على الذوق الفردي للصحافيين، أكثر مما هو على حاجات الجمهور إلى الإعلام، وكثر التكرار داخل الرسائل الإعلامية. وكلما كثر التكرار ضعفت إمكانية التفسير لدى المتلقي، بسبب المنافسة الشرسة بين وسائل الإعلام.

كما راحت جميع المواضيع تفرغ في قالب مسرحي وتعالج بجمل قصيرة، لأن التكرار والحشو يسمحان بالتملص من المشاكل الحساسة، وبهذا يصبح الكلام بالنسبة إلى رجال السياسة وسيلة لإخفاء تفكيرهم، وهذا ما يحدث على شاشات قنوات: «الجزيرة»، و«العربية»، و«الحرة»، و«LBC»، و«MBC»، و«المنار»، و«دبي»، و«المستقبل»... إلخ[٢١].

لقد تنافست الفضائيات على استضافة الرؤساء أو السياسيين الذين يعانون الحصار أو يمرون بظروف حرجة أو يعيشون في ظل أوضاع مأزومة، ويجدون أنه من المناسب لهم الإطلالة عبر هذه الفضائيات الواسعة الانتشار، وتفضيلها على فضائيات بلدانهم خرقاً للحصار أو للعزل.

كذلك بدأ التنافس بين هذه الفضائيات من خلال استقدامها شخصيات في البرامج الحوارية يتهجمون على الدولة التي تنتمي إليها القناة المنافسة أو على القناة المنافسة نفسها، ولا سيما في غياب ميثاق شرف إعلامي عربي. كذلك غدا التنافس على المشهدية في هذه البرامج والإثارة، بحيث غدا الاختلاف الحادّ في وجهات النظر هو المطلوب في هذه القنوات.

لقد أصبحت الأشرطة المسجلة للأحداث والحوارات النادرة من بين العناصر المهمة التي تركّز عليها القنوات الفضائية العربية، خصوصاً منها الإخبارية، بغرض جذب أكبر عدد ممكن من الجمهور الذي يرغبون في مخاطبته، حتى وإن كان في ذلك مغامرة من قبلهم بسبب تعرّضهم لمخاطر الانكشاف. ولعل «الجزيرة» الإخبارية تأتي على رأس هذه القنوات في تأدية هذا الدور الإشكالي والمثير معاً، إذ إن الأسئلة تبقى معلقة حول التوقيت الذي تبثّ فيه هذه الأشرطة، وهذا حتى تحافظ على مكانتها في المشاهدة لدى الرأي العام العربي.

---

(٢١) عيسى، المصدر نفسه، ص ١٥٧ ـ ١٥٨ (بتصّرف).

ومن بين النقاط التي تركّز عليها القنوات الفضائية العربية في جذب أكبر قدر من المشاهدين إليها، التركيز على الوجوه الإعلامية اللامعة، وذلك من خلال بورصة من يدفع أكثر لهذه الوجوه التي صنعت الحدث بظهورها في مجالات وميادين معيّنة، إلى درجة أصبح معها انتقال مذيعة من فضائية إلى أخرى خبراً يستحق أن يحتل حيّزاً في الصحف، شأنه شأن أهل الفن والطرب.

والملاحظ أنه كلما انطلقت فضائية جديدة تفتح بورصة النازحين إليها. وهذا ما جرى، مثلاً، حين أنشئت قناتا «الجزيرة» و«العربية». وفي ظل هذا الواقع تطرح علامات استفهام حول شعور الصحافيين بالانتماء إلى مؤسساتهم، وحول هوية هذه المؤسسات السياسية، ومدى رسوخها في أذهان العاملين لديها، وحول الدور الفكري والإنساني والوطني الذي تؤديه هذه الفضائيات، إضافة إلى هذا التنافس المشوّه في الأصل، وفقدان الصحافيين أطراً تنظيمية ونقابات واتحادات صحافية عربية فاعلة، تعمل على حماية الصحافيين وتحصينهم إزاء الاستغلال المالي، وعلى تطوير المهنة وتفعيلها، كي يشعر أهلها بالأمان.

لقد امتد التنافس بين الفضائيات العربية إلى مجال البرامج الضاربة، حيث صار الحديث عن برنامج منافس، لا عن قناة منافسة، فقد ينجح برنامج معيّن في فضائية، وينجح برنامج آخر في فضائية أخرى. وهذا يرجع إلى القائمين على البرمجة وهندستها من خلال وضع سياسة برامجية تراعي ما يعرض في القنوات المنافسة بغية جلب أكبر قدر من الجمهور إليها، وهذا ما نشاهده بحجم كبير أثناء الشبكات البرامجية الرمضانية والسباق نحو شراء المسلسلات الدرامية والتاريخية بأثمان باهظة جداً.

لم يقتصر التنافس بين الفضائيات العربية على الوجوه الإعلامية المعروفة والبرامج الضاربة والتسجيلات المثيرة والمقابلات الصحفية النادرة، وإنما امتد إلى قطاع الإعلانات، حيث غدا الإعلان شرطاً بنيوياً لعمل أية وسيلة إعلامية في ظل حمأة المنافسة، بمعنى أن الإعلان، الذي كان يشكّل أحد المكوّنات الثلاثة للوسيلة الإعلامية إلى جانب الأخبار والتسلية، قد تضخّم دوره على حساب المكوّنين الآخرين اللذين صارا يعملان لخدمته وبشروطه، الأمر الذي جعل من مهمات الوسيلة الأساسية بيع الجمهور بالجملة. كما أن شركات الإعلان، غدت قادرة على خلق حاجات لدى الناس، وقادرة على صناعة الجمهور من خلال التواطؤ الذي نسجته مع شركات الإحصاء والاستطلاع وشركات الإنتاج ذات الامتدادات السياسية في أغلب الأحيان، خصوصاً

في مرحلة الإعلان التفاعلي الذي غدا يركّز على خصوصية الأفراد والمجموعات، وغدت تتداخل فيه صناعة المعلومات مع الإعلام والترفيه[٢٢].

ومن المعتقد أن دخول البلدان العربية مجال الفضائيات، وهي غير مستعدة لذلك من حيث الإعداد لملء ساعات البثّ التي تغذّي هذه الفضائيات، أدى إلى اعتمادها على برامج القنوات المحلية أو البرامج الأجنبية. وبهذه الطريقة تخدم الفضائيات العربية أهداف الفضائيات الأجنبية الوافدة من دون قصد، لأنه لا توجد سياسة إعلامية عربية موحّدة. ورغم دخول البلدان العربية مجال القنوات الفضائية، إلا أنها تفتقد المنافسة مع القنوات الأجنبية التي تعتمد على التخطيط والإبهار التكنولوجي في بثّ برامجها. ولهذا يلاحظ أن معظم المشاهدين يفضلون مشاهدة البرامج الوافدة الأجنبية على البرامج العربية، ففي دراسة استطلاعية في مدينة الرياض وجد أن ٧٣ بالمئة من أفراد العيّنة يتابعون القنوات الفضائية الأجنبية يومياً، ووجد أن البرامج الإخبارية تأتي في الدرجة الأولى، ثم البرامج الثقافية. ولعل من الأسباب التي دفعت العديد إلى متابعة القنوات الفضائية الأجنبية هي طبيعة الخطاب العربي ذي الطابع السياسي منه[٢٣].

إن تحليل ما تبثّه القنوات الفضائية العربية يشير إلى أن أغلب الأقطار العربية لا تمتلك حتى الآن رؤى استراتيجية لكيفية توظيف قنواتها الفضائية لخدمة سياستها الخارجية ومصالحها الوطنية، أو لنشر الثقافة العربية والإسلامية، والتصدّي للهجوم الموجّه إلى العروبة والإسلام، بل إن الخطاب الإعلامي العربي لم يتكيّف ويتواءم مع طبيعة التقدم الإعلامي والإخباري في عصر القنوات الفضائية. وهذا يعني أن المتلقي العربي سيظلّ أسير القنوات الإعلامية والثقافية الوافدة من الخارج، نظراً إلى الفراغ الذي تتركه الفضائيات العربية إزاء حاجات الجمهور العربي[٢٤]؛ «لأن أغلبية القنوات الفضائية العربية اضطرت إلى الاستعانة بالبرامج الأمريكية والأوروبية بكل أنواعها، بما تحمله من قيم ومفاهيم متعارضة مع البيئة العربية والإسلامية والخطط التنموية والاحتياجات الإعلامية الوطنية»[٢٥].

---

(٢٢) عيسى، المصدر نفسه، ص ١١٣ ـ ١٢٢ (بتصّرف).

(٢٣) انظر: أحمد، **البث الفضائي العربي**، ص ٦٨.

(٢٤) عبد الرزاق محمد الدليمي، **الإعلام العربي: ضغوطات الحاضر وتحديات المستقبل** (عمّان: دار المسيرة، ٢٠١١)، ص ١٠٧.

(٢٥) سلمان، **عولمة القنوات الفضائية**، ص ٥٦.

إن القنوات الفضائية العربية، على الرغم من تعددها، لا تلبّي الطموح العربي، كما سبق أن ذكرنا، إذ إن تعدد القنوات الفضائية العربية لا يكفي، بل لا بد من أن تكون هذه القنوات في مستوى فكري وفني يمكّنها من اجتذاب المشاهد العربي ومنافسة القنوات الأجنبية[٢٦]، باعتبار البث الفضائي المباشر ثورة حضارية ينبغي استيعابها وتقبّلها، لأنها تفتح الآفاق أمام المشاهد العربي للاطلاع على ثقافات وفنون العالم المتقدم، وليس بإمكانهم، ولا من مصلحة الأمة العربية، إقامة حواجز من دون وصول تلك الثقافات إلى الوطن العربي مباشرة، ولكن هذا الانفتاح رهن بضرورة أن ترتقي التلفزيونات العربية إلى مستوى الموقف والكفاءة والتأثير[٢٧].

خاتمة

صفوة القول إن القنوات الفضائية العربية، لا تعبّر عن تطلعات المواطن العربي، وإن تعدد هذه القنوات وتنوعها لا يكفي، بل لا بد من أن تكون هذه القنوات في مستوى فكري وفنّي يمكّنها من اجتذاب المشاهد العربي، ومنافسة القنوات الأجنبية.

وعليه، لا بد من أن تكون هذه البرامج من نتاج عربي مشترك، ليجد فيها المشاهد العربي ما يعبّر عن خصوصيته القطرية، وهويته العربية، وطموحاته الإنسانية، لأن إمكانات أية دولة عربية وحدها تبقيها عاجزة عن مواجهة الاختراق الإعلامي الثقافي الوافد عبر الأقمار الاصطناعية، كما أن طبيعة الأنظمة العربية وتوجهاتها، وسلوكها القائم، ونظام الفكر السائد، أعجز عن توفير الأسلحة الضرورية، ذلك لأن التصدّي لهذه الظاهرة الإمبريالية لا يمكن أن يحقق النجاح إلا من خلال عملية تحصين الذات العربية عبر عمل عربي مشترك مدروس بشكل عملي ذي آفاق قومية عربية خالصة باستثمار مشروع أقمار عربسات، ونورسات، وبدرسات، ونايلسات، وغيرها من المشاريع المناسبة.

كما أنه ينبغي أن يكون تعاملنا مع ظاهرة الإعلام الفضائي تعاملاً واقعياً ومسؤولاً يدرك حقيقة واقعه، وكيفية إحسان توظيفه، ويغيّر الصورة التي عليها واقع استخدامات القنوات الفضائية العربية، حيث لم تحسن الصورة العربية، ولا الصورة الإسلامية. فليست المسألة مسألة ظهور على الهواء، بل لا بد من أن يكون لدينا ما نقوله للآخرين

---

(٢٦) الدليمي، المصدر نفسه، ص ١١٠.

(٢٧) أنور بن محمد رواس، «القنوات الفضائية العربية: واقعها ومشكلاتها وآفاقها المستقبلية،» مجلة إذاعة وتلفزيون الخليج، العدد ٥٧ (كانون الأول/ ديسمبر ١٩٩٩).

مما هو شديد الصلة بذواتهم ومصلحتهم، وما يفيدهم ويمتعهم، صحة في المضمون، وجاذبية في العرض، ومهارة فنية فائقة في الأداء.

وفوق ذلك، فإن القنوات الفضائية، سواء العربية منها أو الأجنبية في حقيقة الأمر، ما هي إلا إرسال تلفزيوني عبر الأقمار الصناعية العربية والأجنبية. ولا ينكر عاقل أهمية التلفزيون كوسيلة إعلامية تعليمية، وتربوية، وإخبارية، وهو كذلك فرصة لنظام تعليمي متطور وسريع وشامل يساعد على إيجاد جو تنموي فعال، وهذه الأهمية مقدرة ومعتبرة، وغير منكرة. وتأسيساً على ذلك، فالقنوات الفضائية هي وسيلة تربوية متى أحسن استخدامها تجذب إليها ملايين البشر بحكم خصائصها الذاتية شديدة الوقع والتأثير، وكثير منها مهيأ لتقديم خدمات تعليمية، وتربوية، وثقافية، وإعلامية، واسعة، ومن ثم ليس من الحكمة رفضها والإعراض عنها.

وفي سياق تفعيل الإعلام العربي نقترح التوصيات التالية:

١ ـ الدعوة إلى تفعيل الإعلام العمومي في كل البلدان العربية من خلال الاهتمام برغبات وطموحات الشباب العربي، وذلك في ظل اكتساح برامج الإعلام الخاص للساحة الإعلامية من دون تحقيق آمال ورغبات الفرد العربي.

٢ ـ الدعوة إلى إنشاء قنوات فضائية عربية في القطاعين العام والخاص تهتم بفئة الأطفال على مستوى مراحل التنشئة.

٣ ـ الدعوة إلى إنتاج برامج ذات طابع محلي، مستمدة من ثقافات المجتمع العربي، والتقليل من استيراد البرامج الأجنبية، وخصوصاً البرامج غير الهادفة، مثل الأفلام والمسلسلات والأغاني والموسيقى.

٤ ـ إعادة النظر في التشريعات الإعلامية العربية التي تنظّم العملية الإعلامية في قطاع السمعي ـ البصري، من خلال سدّ الفراغ القانوني، ومنح حريات أكثر للعمل الإعلامي البنّاء والهادف، وليس لتوظيف وسائل الإعلام لتخريب البلدان والثقافات المحلية تحت شعار حرية التعبير.

٥ ـ إعطاء أهمية للغة العربية كوسيلة تواصل واتصال في القنوات الفضائية العربية، لأن اللغة تعبّر عن هوية الشعوب وثقافتها، وتغليب استخدامها في البرامج على حساب اللهجات العربية.

٦ ـ تكوين طاقات بشرية إعلامية عربية على فنون إنتاج البرامج، وخلق مساحات إبداعية في مجال التكوين والتدريب الإعلامي من أجل الاستغناء عن الكفاءات الأجنبية في هذا المجال.

٧ ـ القيام بدراسات علمية متعددة لتشخيص خطورة محتويات برامج القنوات العربية والأجنبية على قيم وسلوكيات الفرد العربي، ومحاولة توجيه وتنبيه الأسر العربية إلى خطورة هذه البرامج على النشء.

٨ ـ السعي نحو إنشاء قنوات فضائية عربية تهتم بالثقافات العربية، وتسعى إلى ترويجها داخل المجتمع العربي، بغية خلق جو من التعارف والتبادل للخبرات والمعارف بين الشعوب داخل المنطقة العربية، ورد الاعتبار للكفاءات العربية المهاجرة للمساهمة في بناء الأوطان العربية.

٩ ـ إعادة النظر في دور المؤسسات الإعلامية والاتصالية الصغرى، إن صح التعبير، داخل المجتمعات العربية، مثل الأسرة والمسجد والمدرسة والمسرح، وتفعيل دورها من أجل التحذير من خطورة الخطاب الإعلامي القادم من وراء البحار، والدعوة إلى التزاوج بين هذه المؤسسات وبقية مؤسسات الإعلام الأخرى، مثل الإذاعات المحلية والتلفزيونات والجرائد والمجلات.

١٠ ـ حتمية الانفتاح على التطور التكنولوجي في مجال الاتصال والإعلام داخل البلدان العربية، وفتح المجال بشكل أوسع أمام الشباب العربي للاستفادة من تقنيات التكنولوجيا الحديثة في حياته اليومية، ومحاولة التخلص من فوبيا التكنولوجيا، وخصوصاً أننا مقبلون على أجيال جديدة من هذه التقنيات.



الفصل الرابع

المجال الإعلامي العربي:
إرهاصات نموذج تواصلي جديد(*)

الصادق الحمّامي(**)

أولاً: الإعلام والاتصال والمجتمع

ثمّة مفارقة حادّة تخصّ الإعلام في المجتمعات العربيّة، فالاستخدام الاجتماعي المتعاظم لوسائط الإعلام التّقليديّة والجديدة (تلفزيون، إذاعة، إنترنت...) وطغيان التمثيل الأيديولوجي على الإعلام كقوّة تأثير ثقافيّة وسياسيّة فائقة لم يجعلا من الإعلام موضوعاً معرفيّا يعكس أهميّة مكانته في الحياة الاجتماعية والمخيال السّياسي والثقافي.

والدّراسات الأكاديمية العربية المتراكمة منذ أكثر من ثلاثة عقود، والموغلة في الأمبيريقية السّاذجة والشكلانيّة المنهجيّة، لم تفرز حقلاً معرفيّاً مستقلّا بذاته، بالرّغم من أنّ علوم الإعلام والاتصال التي تدرّس في الجامعات العربيّة بدأت في تأسيس شرعيّتها كمجال معرفي قائم على إبستيمولوجيا مخصوصة.

كيف يمكن إذاً عتق الإعلام من الخطاب الأيديولوجي ومقولاته المعتادة (الإعلام كسلطة متناهية تتلاعب بوعي الأفراد...) والانزياح به نحو مجال المعرفة،

(*) نشرت هذه الدراسة، في: المستقبل العربي، السنة ٢٩، العدد ٣٣٥ (كانون الثاني/ يناير ٢٠٠٧)، ص ٤٧ ـ ٦٦.

(**) أستاذ مساعد في معهد الصحافة وعلوم الأخبار ـ جامعة منوبة، تونس.

حتى يتحوّل إلى موضوع يمكن التّفكير فيه بالاستعانة بأدوات العلم. لهذا السّؤال المشروع أهميّة قصوى، ذلك أنّ التّفكير في الإعلام، ومن ثَمَّ في التّواصل، يفضي من منظور إبستيمولوجيا علوم الإعلام والاتصال إلى التّفكير في المجتمع وفي الثقافة. والحقيقة أنّ التيّارات النظريّة الكبرى التي تغذّي هذه الإبستيمولوجيا وإن اختلفت في رؤيتها للظّواهر الاتّصاليّة، فإنّها تجعل من ثنائيّة الإعلام والاتصال (Information and Communication) مسألة مركزيّة لفهم طبيعة المجتمع.

ويذهب البعض مثل دانيال بونيو[1] إلى القول: إنّ الفكر التّواصلي المنشغل بمسائل الإعلام والاتصال في أبعادهما الشاملة (أي تلك التي تتجاوز الأسئلة التّقليديّة حول المضامين الإعلاميّة وتأثيرها) يستعيد بشكل جديد الأسئلة الفلسفيّة الكبرى حول الحقيقة والمعنى والذّات والعقل والمعرفة ولكن بطريقة أقلّ مثاليّة لأنّ الفكر التّواصلي يناقش هذه المسائل من خلال مفاهيم جديدة (الشبكات، العلاقات، التفاعلات (Réseaux, Relations, Interactions). ولأنّ موضوع الفكر التّواصلي هو «نسيج العلاقات بين الذوات والعلامات والأشياء التي تشكّل المجال الإنساني»، فإنّه بحسب بيار ليفي[2] الحقل المعرفي الذي تمارس فيه الفلسفة بطريقة مختلفة كما إنّ الفكر التّواصلي يبحث في الصيرورات التي تشكّل علاقة الفرد بالعالم وهو ينظر إلى الثقافة من خلال المقاربات الأنثروبولوجية كنسق تواصلي[3] تغذيه التّفاعلات الاجتماعية التي تكوّن المجتمع. وعندما يتناولها الباحث من منطلق ميكروسوسيولجي وإثنوغرافي فإنّه يساهم بذلك في تحليل العالم الاجتماعي برمّته.

أما النقديون (Critiques) فإنهم ينظرون إلى الإعلام والاتصال من خلال علاقته العضوية بالمجتمع، إذ يخترق حقل الإعلام والاتصال التناقضات والصراعات التي تفعل في المجتمع. وتعني المقاربة النّقديّة هنا الابتعاد عن الخطاب الأيديولوجي من خلال إخضاع المفاهيم إلى المعالجة الإبستيمولوجيّة من جهة، واختبار المنهج الأركيولوجي الذي يسمح باستكشاف الرّوابط التّاريخيّة والثقافيّة للاتصال كظاهرة مرتهنة بسياقات محدّدة من جهة أخرى؛ «إنّ الاتصال هو في الوقت ذاته جهاز سياسي

(١) Daniel Bougnoux, *Sciences de l'information et de la communication*, textes essentiels ([Paris]: Larousse, 1993).

(٢) Pierre Lévy, «La Place de la médiologie dans le Trivium,» *Les Cahiers de médiologie*, no. 6, 2ème semestre (1998).

(٣) Yves Winkin, *Anthrologie de la communication: De la théorie au terrain*, culture and communication (Paris: De Boeck université, 1996), p. 7.

لإنتاج الإجماع وإعادة إنتاج التراتبية الثقافية، وعلى هذا الأساس، فإنّه من الصّعب فصل الاتصال عن جملة أنظمة التنشئة الاجتماعية الأخرى التي يمثل امتداداً لها»[٤].

هكذا يمثل التفكير في الأسس النظرية لرؤية معرفية للإعلام شرطاً مهماً لبلورة مشكليات جديدة، فالمسألة المسكوت عنها في الخطابات التقنوية السّائدة في البحوث العربيّة هي التأثيرات المتداخلة بين الاتصال والثقافة والمجتمع، فالخطاب التقنوي القائم على رؤية خطية وتجزيئية للإعلام والاتصال لا يملك النموذج النظري الضروري لتحليل هذه العلاقات المتداخلة. أما خطاب الهوية والأيديولوجيا فهو لا يجازف بمساءلة هذه العلاقات المتداخلة لأنه يرهب أن يكتشف معيشاً جديداً منافياً لما يعتبره القيم الحقيقية والأصيلة.

إن خضوع البحث العربي في الإعلام والاتصال إلى رؤية نظريّة مستنبطة ولا واعية أو مهيمنة واضحة مستمدّة من النّماذج الخطيّة والتقنويّة (شانون/ لاسوال) أو الوظيفيّة أدّى إلى هيمنة أنماط من التّفكير يمكن اختصارها في الممارسات التّالية:

ـ مقاربة الإعلام من زاوية الباث: الدّراسات المتعلّقة باستراتيجيات الفاعلين المؤسّساتيين (قنوات إعلاميّة، فاعلين سياسيّين، دول...) ما يفسّر طغيان مشكليّات التّخطيط الإعلامي ودراسة المضمون (تحليل مضمون وسائط الإعلام) والتّأثير في الجمهور.

ـ تجاهل المتلقي (المشاهد/ القارئ/ المستمع/ مستخدم الشبكة): بقي التفكير العربي عموماً في منأى عن أحد التحوّلات النظرية الكبرى التي شهدتها علوم الإعلام والاتصال والتي جعلت من التلقي (Réception) مشكلة نظرية مركزية إذ أفرزت البحوث التي اهتمت بمسألة التلقي نتيجتين مهمتين: لا يشكل الجمهور كتلة متجانسة من الأفراد السلبيين (Passifs) يستهلكون المضامين الإعلامية (النتيجة الأولى) كما إن هذه المضامين مفتوحة قابلة لأكثر من تأويل (النتيجة الثانية)[٥].

ـ خضوع التّفكير العربي إلى رؤية أيديولوجيّة وأخلاقيّة جعلت من الاختراق الثقافي واستلاب الهويّة من جهة، وأزمة القيم الثقافيّة الأصيلة (الخطابات حول

---

(٤) Armand Mattelart et Yves Stourdzé, *Technologie, culture et communication: Rapport remis à Jean-Pierre Chevénement, ministre d'Etat, ministre de la Recherche et de l'industrie*, collection des rapports officiels, 2 vols. (Paris: Documentation fran5aise, 1982-1983), p. 13.

(٥) Louis Quere, «Faut-il abandonner l'étude de la réception?,» *Réseaux*, no. 79 (1996).

تلفزيون الواقع كنموذج) من جهة أخرى، المشكليّات الفكريّة المهيمنة التي تحوّل البحث في الإعلام والاتصال بسببها إلى خطاب يندّد ويطالب ويخطّط عوضاً من أن يكون مقاربة فكريّة تقوم على استثمار المفاهيم والمنهجيّات لفهم الواقع. وأدّت هذه الرّؤية الأيديولوجيّة والأخلاقيّة إلى تجاهل التعقّد الاجتماعي لعمل وسائط الإعلام. وهذا الأمر طبيعي، إذ إن «النّقاش الأيديولوجي لا يمثل عموماً المجال المناسب لوضع المفاهيم الضّروريّة وتحديدها والتي يستوجبها بناء حقل علمي والنّأي به عن المعرفة العامّة»[٦].

ـ كما أدّى استبدال النّقد الإبستيمولوجي للفكر النّظري الغربي في علوم الإعلام والاتصال برؤية أيديولوجيّة (نقد النّظريّات لأنّها نتاج للفكر الغربي وليس لأسباب علميّة وإبستيمولوجيّة) إلى ضمور الجهاز النّظري الذي يستخدمه الباحث العربي وانغماسه في الشكلانيّة المنهجيّة حتّى أصبح البحث العربي في مجال الإعلام والاتصال كمّاً هائلاً من البحوث الميدانيّة، تنتج الإحصاءات خارج أيّ أفق نظري يسمح للباحث العربي بالمشاركة في إنتاج المفاهيم النّظريّة، وعدم الاقتصار على الشكّ في علميّتها لأنّها غربيّة، أو رفضها باستمرار باسم الهويّة.

تبدو إذاً، إعادة النّظر في المرجعيّة النّظريّة التي نستخدمها لفهم المجال الإعلامي في المجتمعات العربيّة مهمّة كبرى على الباحث أن يتحمّلها، فإذا كانت وسائط الإعلام تتغيّر فعلى الباحث أيضاً أن يعيد التّفكير في الأدوات التي يستخدمها لفهم هذا التغيير:«إنّ الوظائف الاجتماعية الموكولة لوسائط الإعلام وتقنيات الاتصال عموماً تختلف بشكل واضح عن تلك التي تصوّرها الباحثون الأوائل بكلّ ثبات، وبخاصّة الوظيفيون. لم يعد من الممكن أن نشاركهم يقينهم، بخاصّة أنّ وسائط الإعلام أصبحت تهمّ اليوم كل المجالات الاجتماعية وكل أبعاد الفعل الاجتماعي»[٧].

ثانياً: الإعلام والاتصال في المجتمعات العربية: رؤية جديدة

عاشت المجتمعات العربيّة طويلاً تحت وطأة نموذج لإعلام جماهيريّ لا متكافئ جسّدته هيمنة القناة التلفزيونيّة الوطنيّة الواحدة. ثمّ بدأ هذا النموذج في الانحلال تدريجيًا بسبب ما أتاحته التّقنيات الحديثة من إمكانات وافرة لتلقّي مضامين إعلاميّة

---

(٦) المصدر نفسه.

(٧) Bernard Miége, *L'Information-communication, objet de connaissance*, collection médias-recherches. Série études; 1378-4099 (Bruxelles: De Boeck; [Paris]: INA, 2004).

جديدة. وفي حين كانت الخطابات المتشائمة تطلق صيحات فزع متتالية تحذر من «الاختراق الإعلامي» و«العولمة الثقافيّة»، كان المجال الإعلامي العربي يتشكّل ببطء حتّى أصبح اليوم فضاء تتصارع داخله قوى عديدة ومتباينة باحثة فيه عن موقع تمركز لها.

كما شهدت نهاية التّسعينيات استخداماً متعاظماً للإنترنت والتّقنيات الحديثة للإعلام والاتصال، فتكاثرت على الشّبكة المواقع الإعلامية والتواصلية وظهرت برامج ومضامين لم نعهدها من قبل: قنوات تحوّلت جزئيّا أو كلّيا للتّحاور والتراسل والتّواصل، وبرامج تفسح في المجال لأفراد مغمورين للمجاهرة بمشاكلهم الشخصيّة، وبرامج أخرى تعطي الكلمة إلى المشاهدين لا غير، وصنف آخر جعل من هؤلاء المغمورين نجوماً يحسم الجمهور في إقصائهم أو إبقائهم.

ماذا تعني هذه التحوّلات؟ يحاول هذا النصّ مقاربة هذه الظّاهرة من زاوية نظريّة محضة، وهو يبحث عن فهمها بإدراجها داخل تحوّلات نعتقد أنّها بنيويّة تتعلّق بطبيعة الإعلام ذاته في المجتمعات العربيّة. وقبل الشروع في بسط محاولتنا النّظريّة هذه لا بدّ لنا من ضبط بعض العناصر الممهّدة.

نريد أن نشير:

١ ـ إلى أنّنا نستبدل كلمة إعلام عربي، أو وسائل إعلام عربيّة، بمصطلح «المجال الإعلامي العربي» إذ تبقى هذه المصطلحات مرتبطة بالوسائط الإعلاميّة الكلاسيكيّة (إذاعة، تلفزيون، صحافة) كما أنها لا تمكّننا من فهم الحراك المستمرّ والتنوّع الشّامل للفاعلين والوساطات التّقنيّة الجديدة والخطابات والممارسات التّواصليّة التي هي في طور التغيّر والظّهور.

٢ ـ إنّ الذين يرفضون النّظر إلي الأنماط البرامجيّة الجديدة من منطلق الحكم الأخلاقي والقيمي هم قليلون. والنّتيجة ندرة المقاربات التي تحلّل علاقة هذه الأنماط الجديدة ببنية الثقافة وحراكها، أو تنظر إلى الثقافة التّلفزيونيّة الجديدة من منطلقات نظريّة لا تعتبر التلقّي ممارسة سلبيّة، وبالمقابل، فإنّ المحاولات الفكريّة الجديدة التي تقطع مع هذه الرّؤية السّائدة، تنظر إلى الإعلام في علاقته بالثقافة: «والحقّ، يقول عبد اللّه الغذامي، إنّ فكرة (فوق/ تحت) وفكرة (الثقافي/ التفاهي) هي فكرة قديمة، وهي نسق ثقافي ممتدّ ومستمرّ تتجدّد لغته ويتجدّد ممثلوه، لكنّه موجود أبداً، ويتوسل بوسائل عديدة للتّعبير عن نفسه، غير أنّ ما يجري اليوم مختلف اختلافاً نوعياً، فالصّراع

ليس بين قديم ومحافظ وجديد مغاير، ولكن ما يحدث اليوم هو صراع بين نسقين ترى وتعرف أحدهما وتميّزه مثلما نعهده، والآخر غير مميّز وغير معهود، وليس بالمقدور تحديد زعاماته ولا ممثليه...»[٨]. ولكنّنا وعلى عكس عبد اللّه الغذامي لا نعتقد أنّ التّغير الرّاهن يأتي من ثقافة الصّورة الجديدة «أطروحتنا تكشف عن تراجع النّخبة وبروز الشعبي وهذا ما تؤسّس له ثقافة الصّورة»[٩] فليست الصّورة سبب انحلال البنية التواصليّة القديمة الهرميّة، وإنّما نموذج تواصلي جديد يأتي من خارج عالم ما يسمّى «وسائل الإعلام الجماهيرية».

٣ ـ تنزع المقاربات الغالبة للتحوّلات العميقة التي يشهدها المجال الإعلامي العربي للتشديد على تكاثر القنوات التّلفزيونيّة وتنوّع مضامينها، فهي تنظر إلى ما يسمّى «الطفرة الإعلاميّة» وتأثيراتها في المجتمع والثقافة على أنّها الظاهرة الأكثر أهميّة في حين يبقى الانتباه للديناميات التي تفعل في بنية المجال الإعلامي ضعيفاً. ويقتصر بعض الباحثين في مقارباتهم للتحوّلات الرّاهنة في المجال الإعلامي العربي على مستويات ظاهريّة، كأن يشير البعض مثلاً إلى قدرة بعض وسائل الإعلام العربيّة على كسر منظومة احتكار وسائل الإعلام الغربيّة لإنتاج المعلومات والصّور، وبروز قنوات خاصّة وتكثيف الاستراتيجيات الإعلاميّة الغربيّة نحو الوطن العربي مؤكّدين الأبعاد السلبيّة والإيجابيّة لهذه التحوّلات[١٠].

٤ ـ تشكّل مسألة النّماذج التّواصليّة والثقافيّة التي تحكم التّنظيم السّياسي والثقافي للمجال الإعلامي العربي، المدخل الذي نتوخّاه لفهم هذه التحوّلات، فلمسألة النّماذج التّواصليّة والثقافيّة علاقة شديدة بالفضاء العمومي، وبطبيعة الفاعلين فيه، وبأشكال إنتاج الخطابات داخله. كما أنّ مقاربة المجال الإعلامي، من خلال مفهوم النّماذج، يسمح بفهم العلاقات المعقّدة لوسائط الإعلام في حركة المجتمع.

٥ ـ إنّ الفرضيّة الكبرى التي نعتقد أنّها قادرة على كشف معنى التحوّلات الرّاهنة للمجال الإعلامي العربي تقوم على فكرة أنّ ديناميّات جديدة تؤثّر في النّموذج التّقليدي الذي حكم تاريخيّاً هذا المجال، فليست الكثرة الإعلاميّة التي نشهدها اليوم مجرّد

---

(٨) عبد الله الغذامي، **الثقافة التلفزيونية: سقوط النّخبة وبروز الشعبي** (الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي، ٢٠٠٤)، ص ٥٥.

(٩) المصدر نفسه، ص ٢٠٧.

(١٠) انظر: نصر الدّين لعياضي، «تجلّيات الثابت والمتحوّل في الوضع الإعلامي العربي،» **مجلة إتحاد إذاعات الدول العربية**، العدد ٢ (٢٠٠٣)، ص ١١.

تضخّم عددي لقنوات تنوّعت مضامينها بشكل كثيف بعد أن ساد نموذج القناة الوطنيّة الواحدة.

٦ ـ نعتقد، في هذا الاتجاه، أن تشكل «الفضاء العمومي العربي» مسألة معرفية ملحّة وأكيدة. لم ينتج البحث العلمي العربي الغالب حول الإعلام ـ نظراً إلى خضوعه لنماذج خطية ـ سوى خطاب تقني مهووس بدراسة مضمون وسائل الإعلام وتأثيرها، أو خطاب أيديولوجي هاجسه البحث عن طريقة ما للتحكم في «الغول» الإعلامي المنفلت وإخضاعه لمعايير أخلاقية. في حين تبدو مشكلية «الفضاء العمومي» (Public Sphere) الأكثر قدرة نظرياً على أن تكون الإطار الذي يمكن الحديث فيه، وانطلاقا منه، عن هذه العلاقات المتداخلة والمتشابكة بين مجالات الاتصال والإعلام والثقافة والمجتمع، إذ يسمح «مفهوم الفضاء العمومي» بفهم استمرارية بعض النماذج الاتصالية، وتغير البعض الآخر، وظهور نماذج جديدة. ونعني، بالنّماذج، الأشكال التي تحكم الاتصال العام في مجتمع ما أي عمليات إنتاج وتبادل وإشهار الآراء والأفكار والمعتقدات الفردية والجماعية وأنماط الوساطات التي تحكم الإنتاج والتلقي. والحقيقة أن مسألة «الفضاء العمومي العربي» تبقى مشروعاً فكرياً لم يبدأ بعد، أعاقت ظهوره الرؤية التقنوية للإعلام الغالبة على البحث العربي، كما لا يمكن طرح مشكلية «الفضاء العمومي العربي» من دون الأخذ بعين الاعتبار التطور التاريخي للثقافة العربية، فظهور الفضاء العمومي، في المجتمعات الغربية، مرتبط بظهور الحداثة: مكانة العقل والفرد وتغير أشكال الشرعية. أما في المجتمعات العربية، فإن مشكلة الفضاء العمومي تشير إلى الأنساق التي تعمل داخل هذه المجتمعات: أنساق التحديث من جهة، وأنساق التراث من جهة أخرى. هكذا يطرح مفهوم الفضاء العمومي مسألة استغلاله لفهم بيئة التّواصل العمومي في مجتمعات لم تشكّل الحداثة نموذجها المجتمعي، ولكن، وعلى الرّغم من ارتباط المفهوم لدى يورغن هابرماس (Jurgen Habermas) واضع مفهوم التّحوّلات التّاريخيّة للحداثة الغربيّة منذ الثورة الفرنسيّة، فإنّ العديد من الباحثين نفوا استحالة تعميمه[١١].

يرى يورغان هابرماس أنّ الفضاء العمومي نشأ في نهاية القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر وهو يعني بالفضاء العمومي المجال الذي تمارس فيه عمليات النقد والنقاش العام في المسائل السياسية التي تهم المجتمع، فقد أدّى تطور الصحافة ونشر وتعميم الكتاب إلى تكوين جمهور من القراء، فيتشكل داخل هذا الفضاء ومن خلال

(١١) Bernard Miège, *La Société conquise par la communication* (Grenoble: PUG, 1989).

عمليات النقاش والمحاججة ما يسمى «بالرأي العام» الذي يتحقق عبر الممارسة العلنية للعقل. كما يقوم الفضاء العمومي على الفصل بين ما هو خاص يتعلق بالفرد وبين ما هو عام يتعلق بالمجتمع.

ويرى يورغان هابرماس أن مفهوم الإشهار (Offentlichkeit) الذي قام عليه الفضاء العمومي البرجوازي في نهاية القرن الثامن عشر فقد جوهره الأصلي، فإشهار الأفكار الذي كان يأخذ شكل المحاججة والمواجهة الفكرية والنقاش العقلاني قد تحول إلى إشهار دعائي تمارسه الدولة والأحزاب السياسيّة، إذ لم يعد الرأي العام نتاجاً للنقاش الحر والعقلاني، بل أصبحت تصنعه الدعاية، فتحولت العقلانية التواصلية التي تأسست عليها الحداثة إلى عقلانية استراتيجية تحكم الفضاء العمومي، وجعلت منه مجالاً لممارسة التسويق السياسي والدعاية والإشهار التجاري. تستقطب وسائط الإعلام الجديدة جمهور المشاهدين والمستمعين، ولكنها تسلبهم في الوقت ذاته تلك المسافة التحررية، أي إمكانية المحاججة والكلام والنقض. إن استعمال جمهور القراء العقل يندثر لصالح «الآراء حول الأذواق والميول التي يتبادلها المستهلكون»[١٢]. لقد فقد مفهوم الإشهار «براءته الأولى» بحسب تعبير هابرماس بفعل استراتيجيات الهيمنة التي تمارسها قوى الدولة والمال والتي أنتجت الدعاية الأحادية، والخلط بين الأخبار والترفيه، وتحديد إمكانات المشاركة في الاتصال العمومي، وغلبة «الاتصال الاستراتيجي» للهيمنة والتحكم في المستهلكين والناخبين. وقام يورغن هابرماس في مرحلة ثانية بنقد الخلاصات النظرية التي توصل إليها، وبخاصة رؤيته المتشائمة التي جعلت من الجمهور كتلة هلامية سلبية تفعل فيها بحرّية قوى الهيمنة السياسية والاقتصادية. وتركزت الإضافات النظرية الجديدة على فهم آليات الهيمنة في الفضاء العمومي، إذ يرى هابرماس أن غلبة الأفكار المؤسساتية والمنظمة، الأفكار غير المنظّمة واللّاعامة، أي «تلك البديهيات الثقافية التي تشكل المعيش وأساس التواصل العمومي»[١٣] هي مقياس مهم للحكم على درجة الهيمنة في الفضاء العمومي.

وقد شكّل مفهوم الفضاء العمومي مسألة نظرية مهمة في علوم الإعلام والاتصال، إذ قام الباحثون بنقد التصور النظري للفضاء العمومي لدى هابرماس من خلال فهم التطورات التاريخية لهذا الفضاء، ورأى البعض أن الفضاء العمومي الأول تحكمه الآن

(١٢) Jurgen Habermas, *L'Espace public: Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise* (Paris: Payot, 1997), p. 179.

(١٣) المصدر نفسه.

عملية تجزّؤ، إذ ظهرت فضاءات عمومية جزئية تخضع لمبدأ التواصل اللامتكافئ. كما إن الطابع السياسي للفضاء العمومي قد تضاءل لصالح أشكال تعبيرية جديدة، وبخاصة ما يسميه برنار مياج «المشاكل الشخصية»: «إن الفضاء العمومي هو إلى الآن فضاء عام سياسي. يمكن قبول هذه الفكرة بشرط إضافة خاصيّة أخرى مجتمعية، إذ إن إشهار الآراء لم يعد مقتصراً على المجال السياسي، بل لقد انضافت إليه الآراء المتعلقة بالحياة الشخصية والجماعية»[١٤]. لقد تغير بحسب مياج المنطق الذي كان يحكم العلاقة بين الخاص والعام، ويشير هذا التغير إلى فردنة (Individualisation) العلاقات الاجتماعية وإضعاف الطابع الجماهيري للمجتمعات الحديثة التي لا يمكن تفسيرها بالاقتصار على تأثير التكنولوجيات الحديثة.

ويرى دومينيك فولتون من جهته أن الفضاء العمومي الذي يميز المجتمعات الديمقراطية هو نتاج صيرورة تاريخية، تشكلت من خلالها «قيم ولغة مشتركة»، إذ يقوم الفضاء العمومي على قيم الاعتراف المتبادل بين مختلف الشرعيات الاجتماعية. ويعتبر دومينيك فولتون أن للفضاء العمومي شروطاً منها استقلالية الفرد، ونبذ العنف كطريقة لحل الصراعات السياسية والفكرية، فالفضاء العمومي نتاج ضرورة التحرر السياسي والثقافي التي تسمح للأشخاص بالجهر بخياراتهم الحياتية الخاصة، وآرائهم السياسية من منطلق مبدأ «يمكن الحديث في كل شيء في الساحة العامة». وعلى عكس الكثيرين الذين ينظرون نظرة تشاؤمية إلى ظهور الخطاب الحميمي في الفضاء العمومي، فإن دومينك فولتون يرى أن المجتمعات الغربية تواجه مسألة إعادة النظر في مكانة الخطاب الحميمي الذي كان حاضراً في الفضاء العمومي في شكل «عقلاني ولائكي وسياسي»[١٥].

ثالثاً: مستويات التحوّلات الرّاهنة

١ ـ منظومة تواصليّة جديدة

يأتي تغيّر بنية المجال الإعلامي العربي الذي نحاول مقاربته من عدّة عوامل متشابكة تهمّ المجتمع والتّقنية في آن واحد. تتعلّق الدّيناميّة الأولى التي تساهم في تشكيل المجال الإعلامي العربي، وهي موضوع تحليلنا، بتغيّر النّماذج التي تقوم عليها

(١٤) Miége, *L'Information-communication, objet de connaissance,* p. 147.

(١٥) Dominique Wolton, *Penser la communication* ([Paris]: Flammarion, 1997).

وسائط الإعلام ذاتها، وهي حركة عالميّة، وتهمّ هذه الدّيناميّة طرق اشتغال وسائط الإعلام الجماهيرية التي خضعت تاريخيّا لنموذج عمودي وأحادي لا متكافئ. إذ تبث الإذاعة والتّلفزيون والصّحافة المكتوبة إلى جمهور واسع لا يملك إمكانات المشاركة في إنتاج المضامين التي يتلقّاها.

ويستعمل بيار ليفي مفهوم المنظومة التّواصليّة (Dispositif de communication)[١٦] مبدأً لتأريخ التّواصل الاجتماعي، منطلِقا من تجاوز التّقسيم الكلاسيكي السّيميائي بين نظام العلامات المرئيّة والمكتوبة (النصّ والصّورة) ليحاول فهم طبيعة العلاقات بوسائط الإعلام وبنيتها. ويفصل بيار ليفي بين العلامة والمنظومة التّواصليّة التي تعمل داخلها، ويرى أنّ هذا الفصل مركزي لفهم تحوّلات وسائط الإعلام، ولتجاوز الفكرة القائلة: إنّ الوسائط المتعدّدة (Multimédia)، كلغة كتابة وإبداع جديدة، هي نقطة التحوّل المركزيّة في الثقافة، إذ يرى ليفي أنّ الوسائط الإعلاميّة الكلاسيكيّة والحديثة (التّلفزيون والإذاعة والصّحافة المكتوبة من جهة والإنترنت من جهة أخرى) تشتغل بشكل مختلف، ذلك أنّ منظومتين تحدّدان عمل وسائط الإعلام: المنظومة المشهديّة (أو الفِرجويّة) (La Communication spectaculaire) والمنظومة الجمعيّة (La Communication tous-tous).

وتمثل المطبعة نقطة نشوء ما يسمّيه بيار ليفي «الاتّصال الإعلامي» (La Communication médiatique) التي شكّلت قطيعة مع نموذج الاتّصال الشفاهي، إذ يقوم هذا الاتّصال الإعلامي على مبدأ مركزيّة البثّ «مركز واحد يبث: لقد كفّ المتلقّون عن النّشاط حيث كانوا يستنسخون نصّا صار جامداً. وقد أصبحوا بظهور المطبعة منفصلين عن بعضهم البعض»[١٧]، فالمطبعة تؤسّس إذاً لنظام جديد من التلقّي حيث تصبح العلاقة مع النصّ فرديّة.

وتقوم المنظومة المشهديّة باعتبارها امتداداً لهذا الاتّصال الإعلامي على إنتاج تمثل مشترك لواقع ما لمجموعات كبيرة من الأشخاص، إذ يمثل التّلفزيون «العين الجماعيّة». ولأنّ هؤلاء الأفراد الكثيرين المنعزلين بعضهم عن بعض، ينظرون جميعاً إلى الصّورة نفسها من دون أن يتحاوروا في ما بينهم، فإنّ المنظومة التي يتلقّون من خلالها «مشهديّة»: «إذا كانت الوسائط المشهديّة واحدة منغلقة تسيطر عليها الدّولة، فإنّ

---

(١٦) Pierre Lévy, «L'Hyperscène: De la communication spectaculaire à la communication Tous-tous,» *Les Cahiers de médiologie*, no. 1 (1996), p. 147.

(١٧) المصدر نفسه.

تأثيرها كلّياني. وإذا كانت متعدّدة متنافسة تفتح المجالات الثقافيّة المنغلقة لكل ما تأتي به الفضائيّات، فهي لا كليانية وتفجّر المرجعيّات. ولكن في كلتا الحالتين، فإنّ الحركة تبقى أحاديّة، ويبقى المشاهدون منعزلين بعضهم عن بعض... هكذا تظلّ صيرورة إنتاج المشترك غير نشطة ولا جماعيّة»[١٨].

ويمثل الاتّصال الإلكتروني منظومة جديدة تختلف عن المنظومة المشهديّة، وهي أحد مكوّنات ما يسمّيه بيار ليفي «إيكولوجيا ثقافيّة غنيّة ومعقّدة وفي تحوّل مستمرّ»، فالاتصال الإلكتروني المتعدّد الوسائط يحقّق مجالاً شبكيّاً يتحوّل فيه الفرد باستمرار بين مواقع البث والتلقّي، وتنصهر داخله العوالم الفرديّة. فشبكة الويب (Web) فضاء جماعي يشترك المستعملون في إنتاجه. كما يمثّل الويب بهذا المعنى نموذجاً تواصليّاً جديداً «لا يتعلّق الأمر هنا بعمليّة بث مركزيّة، ولكن بتفاعل داخل حالة ما يساهم كلّ فرد في استكشافها بطريقته، أو في تغييرها، أو في الحفاظ عليها كما هي. إنّها صيرورة تفاوض، موضوعها المعنى، تشارك فيها المجموعات من خلال التّواصل، أي التّشاور والنّقاش بين المشاركين»[١٩]. ويرى ليفي أنّ انبثاق المنظومة التفاعليّة يعني «نهاية الجمهور» وولادة ما يسمّيه بيار ليفي «الذّات الجماعيّة»، «هذا هو الحلّ البديل لمجتمع المشهد، ولا يهمّ إذاً، إذا كانت المضامين المتداولة علامات، أو أيقونات، أو رموزاً».

يمكن القول إذاً، انطلاقاً من التّمييز الذي قام به ليفي بين المنظومتين، إنّ النّموذج الأوّل الذي تقوم عليه وسائط الإعلام الجماهيريّة (Mass média) لا متكافئ، يبجّل النّخب (السّياسيّة والاقتصادية والثقافيّة) التي تتحكّم في آليّات إنتاج الخطابات العامّة (والإعلاميّة بخاصّة) ولا يضمن هذا النّموذج التّبادل والتّفاعليّة بين الباثّ وما يسمّى «الجمهور»، إذ إنّه يرتكز على مبدأ التمثيليّة، فالذين يتحدّثون في المجال الإعلامي يمثلون بشكل، أو بآخر «الجماهير» الصّامتة التي لا تملك حقّ الكلام.

أمّا النّموذج الجديد الذي تساهم التّكنولوجيّات الحديثة للإعلام والاتصال في تشكيله، فهو لامركزي ييسّر للأفراد إمكانات إنتاج الخطابات والمشاركة في الاتّصال العمومي، ذلك أنّ ما يميّز النّموذج التّواصلي الجديد الذي تفرزه التّكنولوجيّات الحديثة للمعلومات والاتصال، وبخاصّة الإنترنت، لا يتعلّق فقط بما يسمّى «الكثرة المعلوماتيّة» ولكن أيضاً بتعميم القدرة على الكلام على الأفراد. ويسهم هذا النّموذج في تشكيل

---

(١٨) المصدر نفسه.

(١٩) المصدر نفسه.

فضاء عمومي أكثر انفتاحاً إذ لم يعد التّواصل العمومي يقتصر على النّخب السّياسيّة والثقافيّة وعلى المؤسّسات (أحزاب، جمعيّات...).

وتمثّل شبكة الإنترنت، كامتداد للفضاء العمومي، المجال الذي يتشكّل داخله هذا النّموذج التّواصلي الجديد الذي يقوم في جوهره على إنهاء ثبات الحدود بين البثّ والتلقّي، أي بين إنتاج الخطب الإعلاميّة وتلقّيها. ويقوم النّموذج التّواصلي الجديد على منطق الدّيمقراطيّة في المشاركة في التّواصل العمومي. كما إنّ أشكال التّواصل «الدّيمقراطي» عديدة، إذ تمثّل فضاءات الحوار الجماعي أحد أهمّ خصائص الإعلام الإلكتروني على الشّبكة، وتأخذ هذه الفضاءات الجماعيّة شكل فضاءات الدّردشة (Chat) والحوار (Forum de discussion)، ويتمثّل المبدأ العام الذي يميّز هذه الفضاءات في أنّ أفراداً تجمعهم شواغل وهواجس مشتركة، يقرّرون الائتلاف ضمن مجموعة افتراضيّة، ليتحدّثوا ويتناقشوا ويتبادلوا الآراء حول موضوع ما، فيشكّلون بهذا المعنى جماعة (Communauté) يتواصل أعضاؤها أفقيّاً حيث إنّ كلّ عضو هو في الوقت ذاته باثٌّ ومتلقّ.

أمّا الشكل الثاني، من النّموذج التّواصلي الجديد، فيتمثّل في استحداث الشّبكة أنماطاً جديدة من التّعبير الفردي؛ وكانت الصّفحة الشخصيّة (Page perso) أحد أشكالها الأكثر أهميّة. ويمثّل الآن البْلوغْ (Blog) أو «المدوّنة» أحد أشكالها الأكثر جذرية، فـ«البلوغْ» هو موقع ويب شخصي يتضمّن أفكاراً وآراء ومواقف حول مسائل متنوّعة. ويسمح البْلوغْ لمستعملي الشبكة أن ينشروا مواقفهم في شتّى المواضيع. وبحسب الإحصاءات فإنّ شبكة الإنترنت تعدّ أكثر من خمسين مليون بلوغْ في العالم[٢٠]. وقد أدمجت البوابات العالميّة ومحرّكات البحث خدمة البْلوغْ المجانيّة التي تسمح للمستعمل بإنشاء موقعه في بعض دقائق ليتحوّل بدوره لمشارك نشيط في التّواصل العمومي[٢١].

ومن علامات التّغيير الحاصل في النّماذج التّواصليّة، إدماج مواقع الصّحافة الإلكترونيّة آليّات التّواصل الأفقي والجمعي، فالفرق الجوهري بين صحيفة ما

---

(٢٠) انظر المواقع المتخصصة التالية: <http://www.blogpulse.com>, and <http://www.technorati. com>.

(٢١) انظر مثلاً خدمة إنشاء البلوغ (Blog) المجانية التي يوفّرها محرّك البحث العالمي غوغل (Google) على العنوان التّالي: <http://www.blogger.com/starter>.

كما توفر مواقع عربية متزايدة خدمة إنشاء البلوغ (Blog) المجانية: <http://blogs.albawaba.com/>, and <http://www.jeeran.com/blogs>.

وموقعها الإلكتروني يقع على هذا المستوى، إذ تقوم المواقع الإعلامية الإلكترونية على نمط جديد من التّفاعليّة، من خلال خلق فضاءات الدّردشة والحوار وإعطاء إمكانيّة المشاركة بالرّأي للقرّاء وتستثمر الوسائط الإعلاميّة الإلكترونيّة بشكل أكثر عمقاً الأبعاد التّفاعليّة للشّبكة حيث خلقت بعض الصّحف فضاء للبْلوغْ يتمكّن من خلاله القرّاء من المشاركة بالرّأي، والتّعليق حول مسائل عديدة[٢٢]. ويعني هذا تغيّراً في مفهوم الصّحيفة نفسها التي كانت مجالاً تشكّله وساطة الصّحافي وخطابه. في حين تحوّلت الصّحيفة الإلكترونيّة إلى فضاء هجين يتجاور فيه خطاب الصّحافي مع خطاب «القارئ».

ولا يقتصر هذا النّموذج الجديد على فضاء التّواصل الإلكتروني (الإنترنت)، بالرّغم من أنّ الخطاب المحتفي بالتّكنولوجيّات الحديثة للمعلومات والاتّصال قد أنتج رؤية تشدّد دوماً على طابعها الثّوري الجذري التي تفصل بين إعلام جديد، وإعلام قديم، يتميّز الأوّل بحركة تجديد مستمرّة تفرز نماذج غير مألوفة، في حين بقي الثاني ثابتاً يجترّ نماذجه التّقليديّة والجامدة. ولا تعكس هذه الرّؤية الواقع الحالي لعلاقة التأثر المتبادل بين وسائط الإعلام الإلكترونيّة الجديدة ووسائط الإعلام الموصوفة بالكلاسيكيّة، فالصّحافة الإلكترونيّة اعتمدت في بدايتها على النّماذج القديمة. أمّا وسائط الإعلام الكلاسيكيّة فهي تتغيّر أيضاً بإدماجها تقنيات وممارسات جديدة مصدرها الإعلام الإلكتروني والنّماذج التّواصليّة التي تفرزها الشّبكة. وتمثل التّفاعليّة أهمّ المتغيّرات الجديدة لوسائط الإعلام الكلاسيكيّة التي أعادت تشكيل العلاقة العموديّة والأحاديّة واللّامتكافئة التي كانت تحدّد علاقات الباثّ والمتلقّي.

٢ ـ فضاء عمومي يتغيّر

وإذ كانت مقاربة بيار ليفي منشغلة بمسألة «المنظومة التّواصليّة» كمفهوم يسمح بإدراك صيرورة التّواصل الاجتماعي من خلال وسائط الإعلام وبنيته الهرميّة السلطويّة (الإعلام الكلاسيكي)، أو الأفقيّة الجمعيّة الدّيمقراطيّة (الإنترنت)، فإنّ برنار مياج يستعمل مفهوم «النّموذج التّواصلي» (Modèle communicationnel) لتحليل بنية التّواصل العمومي وتغييرها التّاريخي.

ويعرّف مياج النّموذج التّواصلي بأنّه «تمثل مبسّط لصيرورة أو لنظام يسمح بإبراز جملة من القواعد المنظّمة والمتواترة القابلة للتّكرار»[٢٣]. وتقوم النّماذج التّواصليّة

(٢٢) انظر مثلاً صحيفة لوموند الفرنسيّة على الموقع: <http://www.lemonde.fr>.
(٢٣) Miége, *L'Information-communication, objet de connaissance*, pp. 135-175.

التي تنظّم الفضاء العمومي على طبيعة وسائط الإعلام التي تحدّد منطق التّبادل مع القرّاء ـ المستمعين ـ المشاهدين ـ المواطنين. ويستجلي مياج، انطلاقاً من التّحليل التّاريخي لتطوّر الفضاء العمومي في المجتمعات الغربيّة، أربعة نماذج رئيسيّة هيكلت الاتّصال العمومي:

أ ـ نموذج صحافة الرّأي (منذ بداية القرن الثامن عشر).

ب ـ نموذج الصّحافة الجماهيريّة التّجاريّة (منذ نهاية القرن التّاسع عشر).

ج ـ نموذج الإعلام المرئي الجماهيري وبخاصّة التّلفزيون العام (منذ القرن العشرين).

د ـ نموذج العلاقات العامّة المهيمنة، ويشير هذا النّموذج إلى التأثير المتعاظم لاستراتيجيّات الدعاية والعلاقات العامّة والإشهار التجاري التي تمارسها المؤسّسات الاقتصادية والأحزاب السّياسيّة والمنظّمات الحكومية التي لها تدخّل مباشر ومتعاظم في وسائط الإعلام.

وقد ظهرت هذه النّماذج التّواصليّة بحسب برنار مياج بشكل تدريجي ومتلاحق. ولوصف هذه النّماذج، يقترح برنار مياج جملة من القواعد:

ـ الوسائط الإعلاميّة التي تقوم عليها النّماذج (صحافة، تلفزيون...).

ـ طبيعة التّبادل الذي تسمح به: ما بين شخصي أو بين المجموعات أو جماهيري.

ـ خصوصيّات المجموعات التي يتوجّه إليها النّموذج، ومميّزاتها الاجتماعيّة والسّياسيّة.

ـ مدى تدخّل السّلطة والقوى الاقتصادية.

ـ الحوامل (Supports) التّقنيّة التي تحدّد عمليّة التّبادل.

ولأنّ هذه النّماذج تحكمها علاقات معقّدة نظراً إلى اختلافها وتنوّعها وتضاربها وتطوّرها المستمرّ، فإنّ الفضاء العمومي الذي تشكّله محكوم بالتّناقضات. ولهذا السّبب يضيف مياج نموذجاً خامساً، هو الآن في طور التشكّل تسهم في ظهوره التّكنولوجيّات الحديثة للمعلومات والاتصال. ولهذا النّموذج الجديد الذي ينضاف إلى النّماذج الأربعة السّابقة من دون أن يلغيها فرادة، إذ يتميّز بطابعه المجتمعي وبضعف بعده السّياسي.

تقوم إذاً، الرّؤية النّظريّة لبرنار مياج على ربط التحوّلات التّقنيّة التي تؤثّر في وسائط الإعلام بالدّيناميّات التي تحدّد الفضاء العمومي الذي تتحقّق فيه عمليّات التّبادل والتّواصل بين الأفراد والمجموعات. كما تقوم هذه الرّؤية على استبعاد فكرة القطيعة بين النّماذج التّواصليّة والوسائط الإعلاميّة والتّكنولوجيّات الحديثة للإعلام والاتّصال والتي عبّرت عنها الفكرة النظريّة الكبرى التي صاغها ريجي دوبريه (Régis Debray) في مقولته الشّهيرة: «لن يقتل هذا ذلك» «Ceci ne tuera pas cela» والتي تعني أنّ تاريخ الاتّصال لا يقوم على القطيعة بين القديم والحديث(٢٤). لا ينفي إذاً، نموذج تواصلي النّماذج السّابقة، فالنّموذج المهيمن يضفي بعضاً من خصائصه على النّماذج السّابقة. وهذا ما يفسّر بحسب مياج البعد التّفاعلي الجديد للتّلفزيون الذي مصدره تأثير نموذج التكنولوجيّات الحديثة للمعلومات والاتصال.

رابعاً: تجلّيات النّموذج التّواصلي الجديد في المجال الإعلامي العربي

لم يبق المجال الإعلامي العربي في منأى عن هذه التحوّلات الشّاملة التي خلقها ظهور الإنترنت كمنظومة تواصليّة جديدة، إذ يتغيّر هذا المجال بسبب تأثيرات هذه المنظومة والنّماذج التّواصليّة الجديدة. وبإمكاننا ملامسة إرهاصات التّأثيرات الرّاهنة وتتبّع عمليّات التغيّر هذه من ملاحظة المضامين المستحدثة التي تتشكّل الآن.

كما تساهم تحولات البيئة السياسية والتقنية في دفع عملية التغير هذه. ويمثل، ما يمكن أن نسمّيه نهاية «السّيادة الإعلاميّة» التي تعني انحسار دور الدّولة في تنظيم أشكال وصول الأفراد إلى المضامين الإعلاميّة، أحد أهمّ التحوّلات. إن الدّولة في الوطن العربي لا تحتكر وسائط الإعلام فقط، ولكنّها تتصرّف فيها من منطلق أنّها القوّة الشرعيّة الوحيدة التي لها الحقّ في تنظيمها، وتحديد مضمونها، إذ إنّها تمارس، من خلال آليّات متنوّعة، عمليّة مراقبة إنتاج المضامين المتداولة انطلاقاً من مرجعيّة أيديولوجيّة، ومن موقع شرعيّة دور الوساطة التي أعطته لنفسها، كقوّة مؤتمنة على قيم المجتمع ونظمه القيمية والأخلاقيّة والثقافيّة. وقد ساهم التطوّر التّكنولوجي وامتلاك الأفراد التّقنيات الجديدة الإلكترونيّة كالإنترنت ووسائل الالتقاط المباشر في إنهاء التماثل بين المجال

(٢٤) Régis Debray, *Introduction à la médiologie* (Paris: Presses universitaires de France (PUF), 2000), chap. 3.

الإعلامي والمجال الجغرافي الوطني. هكذا انفلت المتلقي من آليّات الوساطة (الرّقابة) التي كانت تسمح للدّولة بأن تحدّد للفرد ما يجب أن يشاهده ويسمعه ويقرأه.

كما يمثل ظهور قوى جديدة، غير حكوميّة، دخلت الإعلام كمجال للاستثمار الاقتصادي، أو للبحث عن امتلاك وسائل التّأثير السّياسي والأيديولوجي تحوّلاً رئيسيّاً. وقد أسهم هؤلاء الفاعلون الجدد في عمليّة تغيير الأنماط السّائدة للمضامين الإعلاميّة.

١ ـ الإعلام مرآة جديدة

ولعلّ ما يسمّى «الدّردشة المتلفزة» التي أصبحت ممكنة بفضل ما يسمّى ظاهرة الاندماج أكثر التجلّيات وضوحاً للنّموذج التّواصلي الجديد. وتشير هذه الظّاهرة التّقنيّة إلى الاستعمال الشّامل للرّقمنة في كل الوسائط والتّقنيات الاتصالية مّا يسمح بتشبيك تلك الوسائط التي كانت تشتغل بشكل مستقلّ، فمن الزّاوية التّقنيّة، أتاحت عمليّة التشبيك، بين التّلفزيون والاتصالات، إمكانيّة ربط أجهزة ووسائط إعلاميّة كانت تاريخيّاً مختلفة الوظائف، فإذا كان التّلفزيون وسيلة إعلام تشتغل وفق مبدإ الاتصال الجماهيري (البث من نقطة نحو جمهور) فإنّ الهاتف كان وسيلة تواصل بين نقطتين (فردين). لكن الاندماج (Convergence) أعاد تشكيل طبيعة التّلفزيون، فإضافة إلى وظيفته الإعلاميّة، أصبح التّلفزيون يشتغل كفضاء تواصلي بين الأفراد يتحاورون بواسطته وداخله[٢٥].

يختلف هذا التحوّل الذي يهمّ آليّات التّبادل، عن الرّؤية الجزئيّة التي تحصر خصوصيّة ما يسمّى «التّلفزيون الجديد» في تغيّر آليّات استهلاك البرامج من دون إدراج هذا «التّلفزيون الجديد» داخل صيرورة تغيّر النّماذج التي تحدّد عمليّة التّواصل العمومي، فالتغيّر لا يهمّ البرمجة وعمليّة المشاهدة فقط بل بيئة التّلفزيون نفسه، وخضوعه لنموذج جديد يغيّر ممارسة التلقّي ذاتها، وينتج استخداماً مختلفاً للتّلفزيون يتجاوز ممارسة المشاهدة. لقد انكسرت «الحلقة» التي يعتقد بعضهم أنّ المشاهد لا يزال سجينها[٢٦].

---

(٢٥) انظر: استفتاء على الهواء (قناة العربيّة، منبر الجزيرة، قنوات الدّردشة).

(٢٦) يقول عبد الله الحيدري: «حضور المشاهد التفاعلي يقتصر على تحقيق اختيارات واسعة من مصفوفات الإنتاج المعروضة عليه. معنى ذلك أنّ الأداة أصبحت طيّعة في أيدي المستعملين على نحو يمكنهم من استخدامها وفق ميولهم وفي الحدود الزمنيّة التي تناسبهم، فحريّة المشاهد في هذا الصّدد مصدرها تراكم الإنتاج ولا تتعدّى حدود المعروض منه، فهي بهذه الصّورة شبيهة بالحركة داخل الدّائرة التي تنتج التحوّل في كلّ الاتجاهات ولكن داخل الحلقة». انظر: عبد الله الحيدري، **الصورة والتلفزيون** ([المنامة]: جامعة البحرين، ٢٠٠٤).

لقد كان للتلفزيون «جمهور»، أي مجموعات من الأفراد تتلقّى المضامين نفسها. أمّا الآن، فقد تحوّل هذا التّلفزيون إلى وسيط يستعمله الأفراد ليتواصلوا بعضهم مع بعض. ويمكن ملاحظة تغيّر هذه العلاقة في مستوى بعض البرامج الجديدة القائمة على مبدأ تشريك المتلقّي. وقد تكاثرت هذه البرامج في القنوات الخاصّة. وتقوم هذه البرامج على مبدأ أنّ «للمشاهد» حقّ الكلام في المسائل السّياسيّة والثقافيّة[٢٧].

وتشير ظاهرة تشريك المشاهد إلى تغيّر مفهوم التّلفزيون الذي تعتقد الرّؤية السّائدة للإعلام التي يتقاسمها المهنيّون وحتّى الباحثون، أنّه يقوم على وظائف ثلاث: الإخبار والتّرفيه والتّثقيف. وتتضمّن هذه الرّؤية الوظيفيّة نموذجاً إعلاميّاً جماهيريّاً يتأسس على علاقة عموديّة تتوافق مع طبيعة بنية التّواصل السّياسي التي حكم المجتمعات العربيّة، إذ تقوم شرعيّة التّلفزيون كمؤسّسة على رؤية أيديولوجيّة للإعلام متلازمة مع عمليّة التّنمية وتجنيد الطّاقات الاجتماعية نحو تحقيق أهدافها.

وتقوم هذه البرامج التّلفزيونيّة الجديدة على إحداث فضاءات للحوار والنّقاش وإبداء الرّأي. وتؤشّر ظاهرة الدّردشة المتلفزة التي تقوم على مبدأ التّحاور من خلال الإرساليّات، وظاهرة تشريك «المشاهد» في البرامج التّلفزيونيّة على تغيير بنية التّواصل العمومي في المجتمعات العربيّة.

ولأنّ القنوات الخاصّة وشبكة الإنترنت لا تخضع لإدارة الدّولة، فإنّها تمثّل الفضاء الذي تتجلّى داخله إرهاصات النّموذج التّواصلي الجديد الأفقي والجمعي وغير النخبوي. وتتعلّق هذه الإرهاصات، بخاصّة بالممارسات المتعلّقة بالتّعبير الاجتماعي عن الآراء والمعتقدات وتداول الخطابات في الفضاء العمومي. وتمثّل المكانة الجديدة للخطاب الحميمي مدخلاً مهمّا لفهم متغيّرات أشكال التّعبير الاجتماعي. لقد اشتغل الإعلام العربي تاريخيّاً كمجال تهيمن عليه الدّولة التي تستخدم وسائط الإعلام وفق منطق احتكاري ومن منطلق النّموذج الوظيفي: (الإعلام، والتّرفيه والتّثقيف) القائم ضمنيّا على أنّ الإعلام صورة عاكسة للمجتمع كما يجب أن يكون لا كما هو، تتحقّق داخله بصفة مثلى الهويّة الوطنيّة وقيمها وأخلاق الجماعة. ولا تشكل هذه المرجعيّة الثقافيّة الضمنيّة موضوعاً للصّراع والنّقاش والاختلاف لأنّها الأساس الذي تقوم عليه وحدة الجماعة وأصالتها.

---

(٢٧) انظر: استفتاء على الهواء (منبر الجزيرة، الاتجاه المعاكس...).

لقد كان الإعلام بهذا المعنى مجالاً لتمثل أيديولوجي للمجتمع يستر تناقضه واختلافاته. كما كانت تحكمه جملة التابوات والمنوّعات الثقافيّة والأخلاقيّة والقيميّة والتي يخضع لها الفرد كقيّم لا يمكنه الخروج عنها. ولكنّ انحسار دور الدّولة أدّى إلى كشف الممارسات الاجتماعيّة الجديدة التي لم يكن الإعلام الوطني قادراً على إشهارها. إنّ تكاثر قنوات الدّردشة والبرامج التي جعلت من المشاكل الشخصيّة، ومن هموم النّاس الحياتيّة، موضوعاً لها، يمثّل بوادر النّموذج التّواصلي الجديد الذي ينظّم الفضاء العمومي العربي الذي لم يعد خاضعاً لضوابط أيديولوجيّة تقنّن مضامينه، بشكل قسري، وفق ممنوعات كانت تشغل كقيم المجتمع الثابتة التي لا يمكن خرقها.

ويشكل تلفزيون الواقع مثالاً جيداً لفهم انفلات الإعلام من المرجعية الأيديولوجية القديمة التي كانت تتحكم فيه، والحقيقة، أن هناك طريقتين للحديث عن تلفزيون الواقع. **الأولى** أخلاقيّة وقيمية وأيديولوجيّة تنظر إلى تلفزيون الواقع، كصنف جديد من البرامج، يتعارض مضمونه مع قيم المجتمع، وينظر هذا الخطاب إلى تلفزيون الواقع كمصدر لسلوكيّات اجتماعيّة وثقافيّة وأخلاقيّة تتناقض مع هذه القيم. كما يتميّز هذا الخطاب بأنّه متشائم يرى في هذا الصنف من البرامج شكلاً من أشكال الاختراق الثقافي والعولمة. ولكن لهذا الخطاب قيمة معرفيّة متواضعة، لأنّه يعيد إنتاج المقولات المتداولة حول «المظاهر الإعلاميّة السلبيّة» التي تهدّد الفرد والمجتمع والثقافة. أمّا الطّريقة **الثانية** فلا تهدف إلى الحكم الأخلاقي على تلفزيون الواقع، ولكن إلى النّظر إليه كنتيجة لتحوّل مكانة الإعلام في المجتمعات العربيّة، وهو بهذا المعنى، يتعامل مع ظاهرة تلفزيون الواقع كموضوع معرفي.

وإذا نظرنا إلى تلفزيون الواقع مثلاً من خلال مشكليّة الفضاء العمومي، تصبح المسألة الرّئيسة البحث في السّياق الثقافي عن ظهور الخطاب الحميمي والمكانة المتعاظمة للفرد العادي والمغمور في المجال الإعلامي العربي الذي اشتغل طويلاً وفق نموذج منعه من أن يكون فضاء عموميّا تنعكس داخله تناقضات المجتمع وتنوّعه واختلافه. كان الإعلام مرآة عاكسة فقط لرؤية مثاليّة للمجتمع كجماعة متوافقة ملتزمة بقيمها غير منقسمة، بل متلاحمة، لا تخترقها الصّراعات والاختلاف والتّناقض. ولكن ظهور الخطاب الحميمي والأشكال التّواصليّة الجديدة (الدّردشة المتلفزة، مشاركة الجمهور في البرامج الحواريّة...) تشير إلى تغيّر القيم الاجتماعية التي تضبط المكانة الاجتماعية للفرد ومشروعيّة خطابه وطبيعة المرجعيّات الأخلاقيّة التي تحدّد العلاقة بين العوالم الخاصة والحميميّة من جهة، والجماعية والعمومية من جهة أخرى. يصبح

إذاً، السّؤال: ما الذي تغيّر في هذا المجال الإعلامي العربي حتّى يصبح لهذا الفرد الذي ينظر إليه ككائن مستلب ومغلوب، مكانة في مجال إعلامي، حكمته تاريخيّا الدّولة والنّخب المرتبطة بها؟

إنّ ظهور الخطاب الحميمي والمكانة المتعاظمة للفرد المغمور في الفضاء العمومي مؤشر لحراك جديد يفعل داخل نظام التّواصل الاجتماعي الذي خضع لبيئة أبويّة تسلّطيّة؛ فالنّظام الأبوي المستحدث، بحسب هشام شرابي، ليس عصرياً، أو تقليدياً، لا من الوجهة الحداثيّة ولا من الوجهة الاجتماعية... سماته النفسيّة الاجتماعية الأساسيّة: هيمنة الأب (البطريك) إذ إنّه المركز الذي تنتظم حوله العائلة بنمطيها المدني والطّبيعي. وتبعاً لذلك، فإنّ العلاقات القائمة بين الحاكم والمحكوم، وبين الأب والابن هي علاقات عموديّة[٢٨]... «إن الخلود إلى الصمت»، بحسب تعبير هشام شرابي، هو الوضع الذي قبع داخله الفرد العربي، ولكن أيضاً كمتلقٍّ في العملية الاتصالية لكونه خاضعاً دائماً لسلطة الكلام الفوقية: «يتجسد نمط الخطاب الأحادي مثلاً، في اتجاه المتكلمين الثابت إلى استثناء المتكلمين الآخرين أو تجاهلهم، لكن هذا النمط يظهر في بنى الخطاب نفسها: ذلك أن الخطاب الأحادي، لا يصدر عن السلطة فحسب، بل عن اللغة نفسها أيضاً، فهي تحبّذ الخطابة وتحبط عزيمة الحديث الحواري... ونادراً ما يجد الخطاب الأحادي في سير الحياة اليومية من ينصت له باهتمام، ذلك أن الغرض منه ليس التنوير، بل تثبيت الهيمنة، ولذلك فإن المستمع ـ المتلقي هو الآخر في علاقة الخطاب الأحادي مطالب بالصمت... إن غالبية المجتمع «يحوّلون دائماً إلى مواقع المستمعين «يسمعون الكلام». إن هذه الغالبية من الناس مسكونة بعدة أصوات فريدة تأمرها. وتسير حياتها من فوق»[٢٩].

٢ ـ من الإعلام الجماهيري إلى تواصل الأفراد المغمورين

يشتغل إذاً المجال الإعلامي وفق نموذج تواصلي بدءاً في التغيّر، ومن علامات هذا التغيّر أنّ ذلك الفرد الذي خلد للصّمت طويلاً والذي كان «يسمع الكلام» بحسب تعبير هشام شرابي، أصبح ينشّط الآن في المجال الإعلامي كمشارك وكمنتج لخطابات جديدة.

---

(٢٨) هشام شرابي، **النظام الأبوي وإشكاليّة تخلّف المجتمع العربي**، نقله إلى العربية محمود شريح، ط ٢ (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربيّة، ١٩٩٣)، ص ٢٥. وقد صدر الكتاب أصلاً باللغة الإنكليزية تحت عنوان: *Neopatriarchy: A Theory of Distorted Change in Arab Society.*

(٢٩) المصدر نفسه.

ويشير تنامي ظاهرة البْلوغْ (Blog) في الوطن العربي إلى حركة التملّك الاجتماعي للتكنولوجيّات الجديدة للمعلومات والاتصال التي وإن كانت تخضع في عمليّة تشكّلها إلى البيئة الثقافيّة العربيّة، وإلى محدّداتها، فإنّها تتوافق مع ثقافة الشبكة التي تقوم على أبعاد كونيّة. هكذا تشير ظاهرة البْلوغْ إلى نوع جديد من الاستخدام الاجتماعي للشبكة لا يقتصر على الممارسات الاستهلاكية (الإبحار، القراءة...) ويتميّز بطابعه النّشط والدّينامي. كما يمثل البلوغ موضوعاً تنتفي معه إمكانيّة النّقاش المجرّد حول تكنولوجيّات المعلومات والاتصال (الخطابات التقنويّة حول التّكنولوجيّات كمجموعة أشياء بلا علاقة بالمجتمع).

كما يشير تعاظم ظاهرة البْلوغْ إلى تنامي ثقافة سياسيّة جديدة تشجّعها التّكنولوجيّات الحديثة تدفع بالفرد إلى المشاركة في الفضاء العمومي، حيث يتحكّم الفرد، عندما يخلق بْلوغاً في المعارف المهارات التي تسمح له، بنشر آرائه والمشاركة في التّعليق على آراء الآخرين. كما إنّ لظاهرة البْلوغ التي تعتبر ظاهرة سياسيّة بالأساس، تأثيرات في التمثل السّائد للفضاء السّياسي، حيث إنّ النخب السّياسيّة العربيّة تؤسّس شرعيّتها على تمثيليتها للجماهير الصامتة. هكذا يمثل تملّك الأفراد، وحقّ الكلام في الشّأن العام خطراً لا يهدّد فقط الإعلام الرّسمي، ولكن أيضاً سلطة النّخب السّياسيّة، وآليات الوساطة التي تؤسّس شرعيّتها.

وتطرح ظاهرة البْلوغْ مسألة صيغة التّواصل العمومي داخل المجتمعات العربيّة، وشرعيّة الخطابات الفرديّة وتأثيرها في الإجماع الثقافي. وهي تثير، مسائل قديمة تتجاوز التّقنية: «أنتج العرب الكثير من الأعمال الفكريّة من أنواع عدّة. ولم ينتجوا سوى كاتب مفرد للمذكّرات الشخصيّة. لماذا بقي أدب المذكّرات الشخصيّة غريباً في التّراث؟ هل أنّ ثقافة العرب تصادر الحياة الشخصيّة، ولا تترك لها مكاناً سوى... الخفاء؟ ألهذا الحدّ يبدو «الشخصي» مصادراً من عقلية الجماعات والقبائل، إذ يصبح تدوينه «تابو» يصعب الاقتراب منه؟»[٣٠].

لقد أثار تلفزيون الواقع نقاشات عديدة حول علاقة هذا النّوع الجديد من البرامج بالقيم الثقافيّة والأخلاقيّة للمجتمع، وبالرّغم من معارضة جزء من النّخب هذه البرامج، فإنّها لاقت نجاحاً جماهيرياً، ولكن «البْلوغْ» وبالرّغم من أنّه يطرح المسائل ذاتها

(٣٠) انظر: أحمد مغربي، «إرث أسامة بن المنقذ وطه حسين: «اليوم العالمي للبلوغرز» يشهد احتفالات عربية للرأي الإلكتروني،» الحياة، ٧/ ٣/ ٢٠٠٥.

المتعلّقة بالخطاب الفردي والحميمي في الفضاء العمومي فإنّه لم يثر إلى حدّ الآن سوى ردود فعل مستبشرة[٣١]، هكذا، يبدو البْلوغْ مجالاً «للتهريج»، أو «للتّنفيس عن النّفس»، أو «للصّعلكة»، وفي بعض الأحيان شكلاً من أشكال الصّحافة البديلة تكشف عن قضايا حجبتها، أو أهملتها الصحافة الكلاسيكية: «يوجد في الوطن العربي الآلاف من (بْلوغرز) يعملون في ظلّ صمت عميق، فمن غير المبالغ فيه أنّ ظاهرة (بلوغرز) لم تدرس بتعمّق إن كان على مستوى الإعلام العربي بدءاً من الصّحافة المكتوبة وانتهاءً بالتّلفزة، ويعطي الأمر مثالاً آخر عن مدى تلكؤ الظواهر المستفزّة في التّفاعل مع نفسها، كأنّما الصّحافة اعتادت على التّفكير بأنّها موجودة ومكينة وراسخة»[٣٢].

كما يبدو البْلوغ انعكاساً لعالم تنتفي فيه الرؤية المثاليّة للواقع الذي يتشكل في الشبكة بكلّ تعقّده وتنوّعه وبساطته وتفاهته وكوسيلة لتغيير هذا الواقع وظاهرة صحيّة تحقّق الدّيمقراطيّة الإلكترونيّة وحرّية التّعبير عن الرّأي المسؤول. كما تبدو الصّحافة العربيّة مشدوهة أمام قدرة هؤلاء الأفراد المغمورين على ممارسة هذا النّوع الجديد من الكتابة، ولكن أيضا أمام أصناف جديدة من الخطابات تستنبط استراتيجيّات متعدّدة للحصول على حقّ الكلام في فضاء عمومي يحكمه منطق «حجب» الأفكار السّياسة والآراء والمشاعر الذي تفرضه النّخب السّياسيّة والثقافيّة والدّينيّة المهيمنة.

٣ ـ الفضاء العمومي العربي: أيّة نماذج تواصليّة؟

تندرج المقاربة التي نقترحها لمساءلة تحوّلات المجال الإعلامي العربي داخل مشروع فكري، يقوم على إحداث تجاوز (إبستيمولوجي) للاتجاهات الغالبة في البحث العربي في ظواهر الإعلام والاتصال التي حصرته في دراسة المسائل القانونيّة، ودراسة المضمون والتّأثير. وقد أفرزت هذه الاتجاهات نمطاً سائداً في التّفكير، عزل البحث

(٣١) من المقالات العربية حول «البْلوغْ» (Blog)، انظر: جهاد الخازن، «عيون وآذان: بْلوغرز: سلسلة مقالات،» **الحياة**، ١٧/ ٦/ ٢٠٠٥؛ أمينة خيري: «بلوغرز مصر: أجانب ومحليون... يسمّون عملهم «بَلْوَغة»،» **الحياة**، ١٨/ ١٠/ ٢٠٠٤، و««بلوغر» خير من ألف فضائيّة،» **الحياة**، ١٨/ ٤/ ٢٠٠٦؛ روزينا عقل، «أدب المذكّرات الذّاتيّة يعطي موقع «كويت بلوغرز» نكهة نموذج المحلّي بالعالمي،» **الحياة**، ٢٢/ ١١/ ٢٠٠٤؛ أحمد الزين، «بلوغرز الإنترنت في السّعوديّة يحبّون الصّعلكة والثرثرة ٢٧ جانفي ٢٠٠٥،» **الحياة**، ٢٢/ ١١/ ٢٠٠٤؛ ابتهال السمرائي، «انتشار البلوغرز العرب المتحدّثين بالإنجليزية: بحث عن مساحة حريّة أكبر،» **الرياض**، ١/ ٦/ ٢٠٠٥، وليلى خليفة، «يناقشون من خلالها محظورات السياسة والدين: تقنية البْلوغ ـ صرعة جديدة تدخل حياة الأردنيّين،» **الحياة**، ـ/ ٩/ ٢٠٠٥.

(٣٢) جلنار آسم، «مذكّرات شخصيّة تهدّد الصّحافة المكتوبة: شباب «بلوغرز» يمدّون جسراً بين العرب والعالم الافتراضي،» **الحياة**، ٢٤/ ٢/ ٢٠٠٥

العلمي عن دراسة التمفصلات المعقّدة بين الإعلام والاتصال والثقافة. وقد تحوّل البحث العلمي العربي إلى ممارسة تجترّ المناهج نفسها بشكل روتيني، وغير متجدّد. وقد أدّى هذا العقم النّظري إلى غلبة الخطاب الأيديولوجي حتّى لدى الباحثين أنفسهم. وتبدو لنا عمليّة بلورة وإطلاق فرضيّات جديدة أحد أهمّ أشكال تجديد هذا البحث العربي. وتسمح عمليّة إطلاق الفرضيّات الجريئة بالانفتاح على مشكليّات جديدة، تستبدل الموضوعات الكلاسيكيّة (دراسة التأثير وتحليل المضمون) بموضوعات مستحدثة تطرح مسائل التمثلات الثقافيّة والاجتماعية لوسائط الإعلام والتّكنولوجيّات الحديثة، والتملّكات والاستخدامات الاجتماعيّة لها، وعلاقاتها المعقّدة بالحراك الاجتماعي والثقافي.

وفي اتّجاه أكثر شمولاً، فإنّ مسألة الفضاء العمومي هي الأكثر قدرة على استكشاف بنية التّواصل داخل المجتمعات العربيّة: أي كيف نتواصل، وما هي القيم الثقافيّة والوساطات التي تحدّد أشكال تواصلنا الاجتماعي..؟ ولا بدّ لعمليّة الاستكشاف هذه أن تكون تاريخيّة، باحثة عن التكوّن البطيء للنّماذج التّواصليّة التي يتأسّس عليها الاتّصال العمومي في المجتمعات العربيّة. وتقوم الفرضيّة التي نقترحها على فكرة أنّ هناك ثلاثة نماذج تواصليّة كبرى حكمت تاريخيّاً الفضاء العمومي في المجتمعات العربيّة:

ـ **نموذج صحافة الرّأي**: ارتبط هذا النّموذج الأوّل بفترة النّهضة، ثمّ مقاومة الاستعمار والدّفاع عن الهويّة، وهو مرتبط أيضاً بدخول المطبعة وتأثيراتها. استخدمت النّخب العربيّة التي واجهت مسائل التّحديث والنّهضة وإثبات الهويّة العربيّة الإسلاميّة الصحافة المكتوبة كمجال للصّراع الثقافي مع قوى الاستعمار، وبناء خطاب ثقافي عربي إسلامي. ويستمرّ هذا النّموذج الذي يميّز أيضاً ممارسات النّخب السّياسيّة والثقافيّة التي توظّف صحافة الرّأي، كمجال للتّعبير السّياسي إلى يومنا هذا. ويشكّل «المثقّف» بهذا المعنى الرّمز الأكثر دلالة على هذا النّموذج.

ـ **نموذج الإعلام الجماهيري الوطني (إذاعة وتلفزيون)**: ظهر هذا النّموذج مع تأسيس الدّولة الحديثة وتركيز دعائمها ومقاومة التخلّف والأميّة وتحقيق الأمن والدّفاع عن الأمّة ضدّ المطامع الاستعماريّة الجديدة. وقد واجهت النّخب بعد مرحلة الاستقلال مسألة التّغيير المجتمعي وتجنيد الطّاقات الفرديّة والاجتماعيّة في مجتمع تسوده الأميّة. وقد استخدمت النّخب السياسية الحاكمة الإذاعة والتّلفزيون كوسائط حاملة لمشروعها، وكفضاءات لتنشئة المجتمع على القيم الجديدة. وتميّزت الإدارة السّياسيّة

للإذاعة والتّلفزيون بطابع الاحتكاريّة. وقد استندت هذه الإدارة إلى شرعيّة الدّولة كقوّة تقود عمليّة التّغيير والتّحديث في جميع المجالات، فالتّلفزيون، بخاصّة، هو الوسيلة التي تستعملها الدّولة والنّخب المرتبطة بها لنشر الوعي ومساندة عمليّة التّنمية وتثقيف المجتمع، ويمثّل «الزّعيم» الرّمز الحامل لهذا النّموذج.

وقد ساد هذه المرحلة نموذج تواصلي قائم على رؤية أدواتية لوسائط الإعلام، وعلى نفي ممارسات الجدل والنّقاش والحوار والاختلاف. وإذ كان هذا النّموذج اشتغل في البداية وفق علاقة عموديّة مع المتلقّي قائمة على مبدأ «تربية» الجماهير وتلقينها مبادئ الدّولة الحديثة، فقد تحوّل في مرحلة ثانية إلى وسيلة تستحوذ عليها الدّولة لستر علامات التّغير الاجتماعي والسّياسي والذي أدّى إلى زعزعة شرعيّتها وتعميق الوعي بالحقوق السّياسيّة والفرديّة والجماعيّة.

ـ **نموذج «المجال الإعلامي العربي»**: لقد كان الفضاء العمومي في المجتمعات العربيّة عند نشأته مع ظهور الصّحافة المكتوبة مجالاً للتّنافس والصّراع الفكري والسّياسي حول مسائل مصيريّة للمجتمع. ولكنّه كان فضاءً محدوداً لسببين رئيسيّين: تفشي الأمّية واقتصاره على نخبة مثقّفة قليلة من جهة، وقمع السّلطات الاستعمارية التي كانت تمارس الرّقابة والمنع من جهة أخرى. وقد كان هذا الفضاء العمومي وطنيّاً يشتغل في حدود القطر الواحد، بسبب معوقات انسياب الصّحافة المكتوبة على مستوى عربي. كما اشتغل هذا الفضاء في الدّولة العربيّة الحديثة وفق منطق هيمنة أيديولوجيا التّنمية وما تقتضيه من توظيف وسائط الإعلام لأهدافها. كما بقي الفضاء العمومي وطنيّاً (تماثل المجال الإعلامي مع المجال الجغرافي).

ولكن الانتشار السّريع لتكنولوجيّات البث الفضائي، وتنامي الاستعمال الاجتماعي لشبكة الإنترنت، وتكاثر القنوات التّلفزيونيّة ذات الطّابع «القومي» التي تتوجّه إلى جمهور عربي، شكّلت عناصر ديناميّة أفضت اليوم إلى خلق مجال إعلامي عربي يعمل بالتّوازي مع الإعلام الوطني، ويؤسّس هذا المجال الإعلامي العربي لفضاء عمومي عربي في طور التشكّل يستثمر عامل اللّغة كرابط مشترك بين المجتمعات العربيّة، تغذّيه استراتيجيّات مؤسّساتيّة واقتصاديّة تتعامل مع هذه المجتمعات كفضاء واحد.

ويتميّز هذا الفضاء العمومي العربي بظهور أنماط جديدة من التّواصل، تختلف عن تلك التي تشكّل الفضاءات العموميّة الوطنيّة. كما تسهم وسائط إعلاميّة مختلفة (صحافة مكتوبة، تلفزيون فضائي، شبكة الإنترنت) في عمليّة بنائه.

الفصل الخامس

الثورة الرقمية تضع الإعلام العربي على مفترق طرق(*)

عصام سليمان الموسى(**)

مقدمة

توصّل اتحاد الصحافيين العرب في بيانه الصادر عقب اجتماعه الدوري في القاهرة عام ٢٠٠٩ إلى أن هناك «تراجعاً في حرية الصحافة في البلدان العربية»، مطالباً بتطوير التشريعات الصحفية «من خلال تطهيرها من العقوبات السالبة للحرية والغرامات المالية التعجيزية»، وداعياً الصحافيين العرب في السياق ذاته «إلى التحلي بأخلاقيات المهنة بما يساهم في رفع الأداء المهني والسمو بالمهنة»[1].

هذه الاستنتاجات والتوصيات، التي تبيّن ضمناً نوعاً من التراجع في العمل الصحفي/ الإعلامي العربي استشعره الاتحاد، تأتي في وقت أعلنت فيه حكومات عربية كثيرة مؤخراً أنها حررت إعلامها من القيود التي كانت تكبله. لكن الأمر الواضح من هذا البيان هو أن الإعلام العربي ما زال يعاني قيوداً تحدّ من نمائه وتطوره.

(*) نشرت هذه الدراسة، في: المستقبل العربي، السنة ٣٣، العدد ٣٧٦ (حزيران/ يونيو ٢٠١٠)، ص ٩٤ - ١١٦.

(**) أستاذ في جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، قسم الإعلام، عمان - الأردن.

(١) «اتحاد الصحفيين يسجل تراجعاً في حرية الصحافة العربية،» الرأي (عمّان)، ١٨/ ٥/ ٢٠٠٩، ص ٥.

يحدث هذا التراجع أيضاً رغم أن الثورة الرابعة للاتصال، وهي الثورة الرقمية، أوجدت مناخاً مغايراً كلية وفّر للإنسان العربي المعلومات والآراء ووجهات النظر المتباينة، التي يمكن اكتشافها عبر الطريق السريع للمعلومات (Information Super Highway) دون إذنٍ من الحكومات.

إذن، المشكلة في جوهرها تكمن في أن الإعلام العربي ما زال خاضعاً للحكومات في المقام الأول، وأن المضامين التي تقدم عبره لا تلبي الاحتياجات الحقيقية للمتلقي العربي. وفي هذا المجال، لا يسع المرء إلا أن يستذكر الأطروحات الشائعة حول الإعلام العربي بأنه إعلام حكومات، وبرامجه مستوردة في الأغلب، ومعظم ما يقدم عبره سطحي، وأن المتلقي يفضّل الاعتماد على الإعلام الإلكتروني (الإذاعة والتلفاز والإنترنت) بسبب ارتفاع نسبة الأمية كمصادر رئيسية للحصول على المعلومات، بما يعزز السلبية والغزو الثقافي. هذه الأطروحات قد تكون صحيحة إلى حد بعيد، لكنها في الواقع لا تعكس كل الحقيقة. لماذا؟ لأن إعلامنا في مرحلته الحالية الرقمية يحقق تأثيرات تقود إلى تحولات جذرية في بناه المختلفة.

فرضية الدراسة

من هذا المنطلق، فإن **الفرضية** التي ستقوم عليها هذه الدراسة هي التالية: مع قدوم الثورة الرابعة للاتصال (الرقمية ـ أو الرقمنة)، يتوسع نظام الاتصال العربي على المستوى الاجتماعي (الشعبي)، فيشهد تحولات في مجال تقبُّل وجهات النظر المتباينة كظاهرة جديدة تقود إلى تحرير عقل الإنسان العربي، وانطلاقه من إسار النظرة الواحدة (الخطية السلطوية)، التي كان أسيراً لها، إلى آفاق «شبه ليبرالية» لكن شفاهية السمات، فتكون أكثر تحرراً وانفتاحاً مما كانت عليه في السابق، وتضغط باتجاه تطوير نظام «الإعلام» ليصبح «اتصالاً جماهيرياً». يقابل هذا التوسع تشدد السلطات في مجال حرية الإعلام والتعبير، ولجوؤها إلى طرق مباشرة وغير مباشرة، في سبيل استمرار سيطرتها على الإعلام.

وستتم الإجابة عن أطروحات هذه الفرضية في مقاربات أربع. كما لا بد من التنويه بأن مصطلح الصحافي في هذه الدراسة سيستخدم للإشارة إلى القائم بعملية الاتصال الجماهيري، أي المرسل، سواء كان صحافياً أو إعلامياً أو منتجاً للمواد الإعلامية.

أولاً: مرتكزات الفرضية

في المقاربة الأولى مناقشة لمرتكزات الفرضية الأربعة: **الأول**: لا يوجد إعلام جديد، بل رقمي؛ **الثاني**: الإعلام العربي ليس مرآة للمجتمع ؛ **الثالث**: الإعلام العربي يعزز تقاليد الشفاهية؛ **الرابع**: الإعلام العربي خاضع في مجمله لنظرية السلطة والعولمة وإصلاح الإعلام.

١ ـ إعلام رقمي... لا جديد

بدايةً، لا بد من الإشارة إلى المغالطة التي ينطوي عليها مصطلح «الإعلام الجديد»؛ فقد صار هذا المصطلح يُستخدم للإشارة إلى الإعلام الذي دخل البلاد العربية منذ تسعينيات القرن الماضي، وتحديداً الإعلام العابر للحدود (كالفضائيات والإذاعات والصحافة الدولية والإنترنت)، وهذا أمر غير دقيق علمياً. والسبب هو أن الإنسان سعى منذ فجر التاريخ إلى تطوير أدواته الاتصالية ـ الإعلامية، فطوّر قديماً القلم والبردي والرق والورق، وصولاً إلى الحاسوب الذي يحل الآن محل المطبعة والقلم... إلخ. وجميعها كانت وسائل اتصال وإعلام جديدة في حينها.

إن تطوير أدوات الاتصال يبيّن أن الإنسان **مخلوق اتصالي** بالدرجة الأولى. لذا، فإن الخروج من مأزق التسميات المربكة هذه يتم عن طريق اعتماد تاريخ الاتصال وعصوره وثوراته الأربع مدخلاً سيتم تطبيقه في هذه الدراسة للوصول إلى نتائج مرتبطة بما له علاقة بالاتصال العربي قديماً وحديثاً. ولأن الإعلام المعاصر وليد الثورة الرقمية ـ التي هي مرحلة ستتلوها مراحل أخرى مستقبلاً ـ فإن التسمية الملائمة له هي الإعلام الرقمي، أو الرقمنة، (Digital Media) وليس الإعلام الجديد ـ (New Media).

٢ ـ الإعلام العربي ليس مرآة تعكس المجتمع

وهناك مغالطة أخرى لا بد من الالتفات إليها تتعلق بمقولة إن الإعلام العربي مرآة للمجتمع؛ ففي الإطار النظري، توصف المؤسسة الإعلامية بأنها نسق فرعي (Sub-system) واحد، مع مجموعة أنساق فرعية أخرى، في مصفوفة تشكّل النسق (System) الرئيسي للنظام كله. وفي العادة، يعكس النسق الفرعي خصائص النسق الأم ـ الذي هو الدولة ـ فتتأثر به وتؤثر فيه، ذلك أن العلاقة بين الاثنين، أي النسق

الرئيسي والنسق الفرعي، تكون «متداخلة»[2]. ولذا، فإن مقولة إن الإعلام مرآة تعكس المجتمع ليست صحيحة تماماً في المسار العربي، ذلك أن الإعلام العربي عملياً هو إعلام رسمي أو شبه رسمي ولا يمثّل كل شرائح المجتمع تمثيلاً عادلاً.

لكن إذا قبلنا أن هناك «علاقة عضوية بين مؤسسات الإعلام العربي والمجتمع من جهة والدولة في الأنظمة العربية من جهة أخرى»[3]، فإن الترابط العضوي بين النسق الرئيسي والنسق الفرعي الإعلامي نفسه، يجعل أي تغيير في أوضاع أحدهما مرتبطاً بإحداث تغيير في الآخر. ومن هنا فرضية الدراسة الحالية، التي ترى أن تطور المنظومة الاتصالية على الصعيد الاجتماعي سيؤدي إلى إحداث تأثير في النظام السياسي والاجتماعي بتقريبه من أشكال الديمقراطية الليبرالية، التي تقبل التعددية ووجهات النظر المتباينة ـ لكن باتجاه ثقافة التقاليد الشفوية.

٣ ـ الإعلام والشفاهية

تشير الفرضية إلى أن الإعلام العربي شفاهي السمات. ولقد ساد النظام الشفوي منذ بدء الخليقة، حين كانت الرواية الشفوية هي الأساس. واعتبر الباحث هارولد إنِّس (H. Innis) أن الفيلسوف اليوناني سقراط كان «آخر عظماء الجيل الشفوي». وقد قال ـ أي سقراط ـ مرّ النقد للأبجدية التي أخذ الناس يكتبون بها، وقال في حوارية «فايدروس» إن «الكتابة ستولد النسيان في النفوس، إذ تجعلها تهمل الذاكرة»[4].

وقد بقي الإنسان العربي خاضعاً لمواصفات عصر الاتصال الشفوي (Oral Tradition)، الذي يقوم على الرواية، وتناقل الحديث، والشعر، والدردشة ـ لا القراءة المركزة ـ مما يجده في الإعلام الإلكتروني.

ومن المؤكد أن ارتفاع نسبة الأمية الكتابية في الوطن العربي يساهم في التعرض العالي لوسائل الإعلام الإلكترونية؛ فالنسبة هذه تقدَّر بحدود ٢٠ ـ ٣٠ بالمئة، وهي أعلى بين النساء ـ الأمهات ـ منها بين الرجال[5]. وقد تعززت شفاهية الإنسان العربي

---

(٢) Stephen W. Littlejohn, *Theories of Human Communication* (Columbus, Ohio: Merrill, 1978), p. 3.

(٣) William A. Rugh, *The Arab Press: News Media and Political Process in the Arab World* (London: Croom Helm, 1979), p. xvi.

(٤) Harold A. Innis, *Empire and Communications*, rev. by Mary Q. Innis; foreword by Marshall McLuhan ([Toronto]: University of Toronto Press, [1972]), p. 56.

(٥) Hassan Hammond, «Illiteracy in the Arab World: Background Paper for the Education,» <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001462/146282e.pdf>.

أيضاً بسبب تأخر دخول المطبعة إلى المنطقة العربية ثلاثة قرون بعد اختراعها في أوروبا، وذلك بسبب السياسة العثمانية. وخلال هذه القرون ـ كما سيتضح من مناقشة آثار المطبعة في الأوروبيين ـ تحولت أوروبا إلى مجتمع ليبرالي. هذا الفارق الزمني قد أوجد فجوة ثقافية علمية واجتماعية بين أوروبا والوطن العربي، فتعزز عند الأوروبيين المنطق العقلي التحليلي البارد، مقابل المنطق الشفاهي العاطفي عندنا. يضاف إلى ذلك ضعف الإقبال على القراءة في الوطن العربي حتى بين المتعلمين. وتُعتبر المنطقة العربية منطقة خاملة علمياً، والترجمة إلى اللغة العربية من لغات أجنبية في أدنى الحدود.

الإنسان العربي القلق في حياته اليومية بسبب الضغوط المتزايدة، يتماهى مع برامج التلفاز التي يهرب إليها من واقعه، فتُنشئ له أجواء موازية للثقافة الشفوية التي نشأ عليها، فتراه يعايش تلك الثقافة في كل لحظة. ولأنه ولد وترعرع في ثقافة سلطوية، فهو يجيد الإصغاء ويبدي مواقف سلبية. يترجم هذا حين ينادي المرء بالإصلاح والتغيير دون أن يعمل من أجله، وتعطيه مناداته هذه شعوراً بالرضا بزعم أنه قام بواجبه تجاه مجتمعه وهو لم يحرك ساكناً، مكتفياً بإلقاء اللوم على غيره.

فإذا أضفنا هذه العوامل إلى ما تقدم، نرى الإنسان العربي يجد في وسائل الاتصال الإلكترونية ـ وبخاصة التلفاز ـ ما يخاطب الذهنية التي نشأ عليها تاريخياً. ولا غرابة في أن ماكلوهان (McLuhan) اعتبر أن التلفاز تحديداً يعود بنا إلى أجواء القبيلة[٦]، أو إلى الشفاهية الثانوية (Secondary Orality)، تمييزاً لها من الشفاهية الأولى (Primary Orality) التي سادت قديماً[٧].

والملاحظ أن هاتين الوسيلتين، أي الإذاعة والتلفاز، بقيتا تحت سيطرة الحكومات منذ دخلت البلاد العربية. بل إن التلفاز الرسمي ظل يمثّل السلطة (Authority) في ذهن المتلقي العربي.

بناء على هذه المعطيات، لنا أن نستنتج أن أجهزة الاتصال الإلكتروني، وبخاصة التلفاز لقربه من حالة الاتصال الشفوي التاريخية العربية، تصبح أكثر من غيرها تأثيراً في الإنسان العربي المعاصر، وتحدد ملامح ثقافته وتفكيره. ومؤدّى ذلك في الفرضية: **إن الإعلام الإلكتروني يعزز شفاهية الحياة العربية.**

---

(٦) Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man* (New York: A Mentor Book, 1964).

(٧) Walter J. Ong, *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word* (London; New York: Methuen, 1982), pp. 37-39, <http://www.cs.indiana.edu/~port/teach/relg/ong.html>.

٤ ـ الإعلام ونظرية السلطة، والعولمة والإصلاح

أ ـ الإعلام ونظرية السلطة

استنتج الباحثون أن إعلامنا العربي سلطوي يعلي وجهة النظر الواحدة، الحكومية، ويركز على وظائف للاتصال بعينها دون أخرى. فنحن في الوطن العربي ما نزال نعيش «في أجواء السلطوية السياسية التي لا ترحب بالتعددية ولا تشجع الحوار المفتوح ولا تحترم الآراء المخالفة»[٨]. وفي مجال الإعلام تحديداً، نجد الباحث الأمريكي وليم روو (W. Rugh) يعزز ـ في كتابين له ما ذهب إليه السيد يسين؛ ففي كتابه الأول، **الصحافة العربية**، صنّف الإعلام العربي ضمن «نظرية السلطة». ونظرية السلطة في أبسط صورها ترى أن الإعلام خاضع للسلطة، وينطق باسمها، ويعمل بتوجيهاتها، ويقدم وجهة نظرها ـ عكس الإعلام الليبرالي، أو إعلام الحرية، الذي يقوم على أساس أن الإعلام سلطة رابعة رقابية، يعتمد العقلانية فلسفة له فيقدم وجهات النظر المتباينة لفئات المجتمع، ويوجه النقد إلى الحكومات. وقد وجد روو فروقاً طفيفة، في الدرجة لا في النوع، بين أجهزة إعلام الأقطار العربية ـ في تلك الحقبة التي سبقت الثورة الرقمية ـ فصنّف الإعلام العربي إلى ثلاث درجات: **الموالي** (Loyalist) (كما في الأنظمة الملكية)، والتعبوي (Mobilization) (كما في الأنظمة الجمهورية)، والمتنوع (Diversified)، وهذا الأخير يقدم الحد الأدنى من تعددية الرأي، كما في صحافة لبنان والمغرب والكويت آنئذ[٩].

غير أن الباحث الأمريكي نفسه أصدر بعد ربع قرن كتابه الثاني عن **الإعلام العربي**، وحلل فيه هذا الإعلام بعد الثورة الرقمية. وقد أبقى على الدرجات الثلاث السابقة، لكنه أجرى مناقلات بين أقطار عربية تغير إعلامها أو تطور، فجاء بدرجة رابعة هي الإعلام **الانتقالي** (Transitional)، الذي من خصائصه أنه «يسمح بسيطرة حكومية في ذات الوقت الذي تظهر فيه درجة من حرية التعبير والتنوع»[١٠]. وفي هذه المناقلات، نراه ينقل الصحافة الأردنية مثلاً من الإعلام الموالي إلى الإعلام الانتقالي، وينقل الصحافة المصرية من الإعلام التعبوي إلى الإعلام الانتقالي أيضاً.

---

(٨) السيد يسين، «تحديات الإعلام العربي في عصر العولمة،» **الرأي**، ١١/ ٥/ ٢٠٠٩، ص ١٩ (معاد نشره عن الحياة).

(٩) Rugh, *The Arab Press: News Media and Political Process in the Arab World*, pp. 28-29.

(١٠) William A. Rugh, *Arab Mass Media: Newspapers, Radio, and Television in Arab Politics* (Westport, CT: Praeger, 2004), p. 121.

حقاً، لقد تسببت تكنولوجيا الاتصال في اختراق السيطرة الرسمية، وهذا يشار له اصطلاحاً بالحتمية التكنولوجية (Technological Determinism)، وقد حدث هذا حين أرغمت حتمية الثورة الرقمية الحكومات على التوقف عن ممارسة الرقابة. ويبدو أن هذا ما سوَّغ للباحث روو وضع تصنيفه الرابع: الانتقالي. وكان رد فعل الحكومات، بعد أن فوجئت باختراق العولمة الاتصالية أجهزتها الرقابية، أن أعلنت على الملأ تحرير إعلامها وإصلاحه، تكيفاً مع متطلبات العولمة القادمة بقوة.

ب ـ الإعلام والعولمة والإصلاح

زادت الضغوط التي فرضتها العولمة باتجاه الإصلاح السياسي والاجتماعي من حدة ضغوط الرقمنة والحتمية التكنولوجية. وفي هذا الصدد، يقول مراقب أكاديمي في معرض تعليقه على عمليات الإصلاح التي بدأت تأخذ مجراها في العديد من الأنظمة العربية: «لا يمكننا المكابرة وتجاهل ما حدث مؤخراً في أكثر من بلد عربي، واعتباره حالات طبيعية كان يمكن أن تحدث دون ضغوط خارجية»[١١].

ومن أهم الإصلاحات التي تحققت حديثاً في هذا المضمار، الانتخابات النيابية والبلدية (التي جرت لأول مرة في بعض البلدان العربية)، وصحوة الأقليات، والاعتراف بحقوق المرأة (وإدخالها البرلمان والحكومات والسماح لها بقيادة السيارة بحدود في بعض البلدان)، إضافة إلى قياسات الرأي العام (التي تبين أن هناك رأياً عاماً يجب الالتفات إليه)، وظهور مراكز حقوق الإنسان والمنظمات غير الحكومية ومحطات الإذاعة والتلفاز والصحف الخاصة والإلكترونية والمدونات الفردية وصفحات التخاطب والدردشة. وجميعها تؤشر إلى دخول عوامل تغير في بنية الحياة العامة العربية السياسية والاجتماعية التقليدية.

ولا بد من الإشارة إلى عامل آخر مهم، من عوامل التنشئة الاجتماعية، يساهم في إحداث التغيير باتجاه الإصلاح، ألا وهو التعليم. لكن على الرغم من انتشار المدارس، والجامعات العربية الرسمية والخاصة، فإن عدم وجود تعليم عربي نوعي يشجع التفكير والإبداع يؤدي إلى تعميق الأمية الكتابية، خاصة عند الإناث. وفي هذا تعزيز دائم للشفاهية.

لا يمكن إغفال دور اليونسكو في عملية إصلاح الإعلام العربي وبموقف قريب من رؤية الغرب. كان ذلك حين أوصى مديرها فدريكو مايور منذ نهاية القرن الماضي

---

(١١) سليمان البدور، «هل من فرق بين الإصلاح (البلدي) والمستورد؟!،» **الرأي**، ١٥/ ٦/ ٢٠٠٥.

بتأسيس وسائل إعلام مستقلة ومتعددة ـ خاصة أو عامة ـ تتخلص من احتكار وسيطرة الدول، سواء كانت وكالات أنباء أو صحفاً أو إذاعات أو شبكات للتلفزيون، و«تغيير التشريعات الإعلامية غير المناسبة للمطالب الديمقراطية»(١٢).

وقد تحققت هذه التوصيات على صورة سياسات مارستها اليونسكو وطبقت في البلاد العربية. ونتج منها تغيير في قوانين النشر، والسماح بظهور الإعلام الخاص. وكانت النتيجة أن ظهرت محطات إذاعة FM وصحف أسبوعية ويومية ـ إضافة إلى الفضائيات ـ بكثرة.

وكما هو معروف، مهّدت دعوة مايور هذه الطريق أمام حكومتي بريطانيا والولايات المتحدة للعودة إلى اليونسكو، بعد انسحابهما من المنظمة احتجاجاً على الدعوة إلى إيجاد نظام متوازن للمعلومات. وهكذا، فإن التوجه نحو التعددية الإعلامية في الأقطار العربية كان ناجماً، من بين أمور عدة، عن ثلاثة أمور رئيسية: ضغوط العولمة، وضغوط الثورة الرقمية، وضغوط المنظمات الدولية (كاليونسكو). وتمت تحت مسمّى الإصلاحات الديمقراطية والتقدم ومواكبة العصر.

لكن يخشى أن جميع هذه الإصلاحات، التي لم تأت نتيجة تطور طبيعي للحياة العربية السياسية والاجتماعية والثقافية، كانت **ولادات قيصرية**، يظل خطرها ماثلاً للعيان على أساس أنها لم تحدث نتيجة نضج المجتمع ونمو مؤسساته وتطورها تلقائياً.

ثانياً: الإعلام نسق فرعي مؤثر في التحول

توفر لنا نظرية الاتصال التاريخية رؤية بانورامية للآثار التراكمية، التي خلفها تطوير وسائل اتصال فاعلة ورئيسية عبر مسيرة الإنسان منذ بداياته وحتى يومنا هذا.

١ ـ عصور الاتصال وثوراته

إن صعود حضارة ثم انحطاطها قصة تتكرر عند كل الشعوب والأمم. وصعود الحضارة مرتبط عادة بعوامل القوة، سواء كانت فكرية ـ علمية أو عسكرية أو تنظيمية، وغيرها كثير. ومن هذه العوامل: وسائل الاتصال.

---

(١٢) توماس ماكفيل، **الإعلام الدولي: النظريات ـ الاتجاهات ـ الملكية**، ترجمة حسني محمد نصر وعبد الله الكندي (العين: دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٥)، ص ٣٠١ ـ ٣٠٢.

إن وسائل الإعلام والاتصال، منذ القدم، لم تأت من فراغ، وإنما نتيجة جهود الإنسان الدؤوب لتطوير مهارات الاتصال لديه منذ أن ظهر أول تجمع بشري سعى أفراده إلى البحث عن أفضل السبل وأسهلها في تبادل المعلومات وحفظها. ولهذا، هناك تاريخ اتصالي للإنسانية.

وقد قسم علماء الاتصال تاريخ الإنسان الاتصالي ـ المعلوماتي إلى أربعة عصور، انتهى كل واحد منها بثورة افتتحت العصر الذي تلاه، وأغدقت على القائمين بتلك الثورة قوة مضافة مكّنتهم من السيطرة «السياسية والفكرية» إلى حين ظهور قوة اتصالية منافسة.

هناك **أولاً** عصر الاتصال **الشفوي**، الذي ساد منذ بداية الخليقة، وكان قائماً على الرواية دون توثيق للمعرفة إلا ما تعيه الذاكرة المخاتلة. وحقق تطوير الأبجدية الكتابية في عام ١٥٠٠ ق.م. تقريباً ثورة الاتصال **الأولى** (First Communication Revolution)، التي مكّنت الإنسان من تدوين أفكاره وإيصالها إلى آخرين وحفظها. وهنا يتضح فضل أجدادنا على الإنسان الغربي الذي استعار أبجديته، عبر اليونانيين، من الكنعانيين أصلاً[١٣].

وقاد هذا الاختراع المذهل إلى دخول الإنسان عصر **الكتابة**، وفيه دوّن الإنسان معارفه بالكتابة على الرق ثم على الورق، فصارت المعرفة موثّقة، وانتشرت على نطاق محدود. وتطور هذا العصر باختراع المطبعة الآلية في ألمانيا على يد غوتنبرغ (عام ١٤٥٣) فنشأت الثورة **الثانية** للاتصال، وأدخلت الإنسان عصر **الاتصال الجماهيري**، وقادت إلى انتشار المعرفة عبر الصحافة والكتاب على نطاق واسع بحيث شمل جميع الناس الذين يستطيعون القراءة. ومع اختراع الكهرباء، وبالتحديد مع ظهور التلغراف عام ١٨٣٥، حل عصر الاتصال الإلكتروني محققاً ثورة الاتصال **الثالثة**، أي الثورة **الإلكترونية** (Stephens)، التي مكّنت من شيوع المعرفة ووصولها إلى جميع الناس (حتى الأمي منهم) عبر وسائل الاتصال الإلكترونية، كالراديو والتلفاز. وتطورت هذه إلى الثورة الرابعة **الرقمية** قبل سنوات قليلة، حين مكّنت من دمج (Media Convergence) ـ وربط أجهزة وأدوات الاتصال بعضها ببعض[١٤]، فظهرت الرقمنة الاندماجية. وقد أتاح الدمج مزج الصورة والصوت واللون بما أوصل إلى الإعلام الإلكتروني المتعدد الوسائط (Multi-Media)، وبثه عبر الشبكة العنكبوتية (World Wide Web)، ومكّنت الرقمنة

---

(١٣) عصام الموسى، **العرب وثورة الاتصال الأولى** (اربد: مكتبة الكتاني، ١٩٩٩).

(١٤) Richard Campbell, *Media and Culture: An Introduction to Mass Communication*, 3rd ed. (Boston, MA; New York: Bedford/St. Martin', 2003), p. 9.

(Digitalism) من حمل الصوت والصورة ورموز الاتصال إلى أي مكان في العالم تتوافر فيه أجهزة استقبال.

٢ ـ الاتصال والتحولات

إن تغير المجتمعات نتيجة تطور تكنولوجيا الاتصال أمر واقع في تاريخ الاتصال الإنساني. وفي هذا المجال، يرى الباحثون أن تطوير وسائل اتصال فاعلة للمجتمع يقود إلى تحولات ثقافية وسياسية واجتماعية في ذلك المجتمع.

ومن أشهر من اعتنوا بدراسة هذه الظواهر الباحث الكندي هارولد إنِّس، الذي يرى أن تاريخ الحضارة في مختلف مراحلها تأثر بالاتصال تأثراً عميقاً؛ إذ نجمت تغييرات في كل مرحلة استعمل فيها الإنسان وسيلة اتصال فاعلة. مثال ذلك أن عملية الكتابة بالهيروغليفية على الحجارة، بما فيها من صعوبة النقش على الحجارة، أوجدت احتكاراً لمعرفة ذلك الزمان، ومن ثم السلطة. واستمر الاحتكار حتى ظهور وسيلة اتصال منافسة جديدة هي ورق البردي، الأمر الذي أدى إلى ظهور تغييرات مصاحبة في الحياة السياسية[١٥].

وحدد ماكلوهان، تلميذ إنِّس، هذه التغيرات حين بيّن أن اختراع الأبجدية الصوتية كان «تكنولوجيا فريدة من نوعها». وأضاف أن استعمالها كان يعني «القوة والسلطة والسيطرة على المواقع العسكرية من بعيد»، لكن استخدام الأبجدية مع ورق البردي (وهما أداتان اتصاليتان مهمتان) أدى إلى «إنهاء سيطرة كهنة المعبد وكتّابه واحتكاراتهم للمعرفة والسلطة»[١٦]. واعتبر والتر أونغ (W. Ong) أن الأبجدية اليونانية (المتحدرة من الفينيقية) تعزز الديمقراطية لاحتوائها أحرف علة توضع في داخل الكلمة، فيصبح تعلّمها سهلاً، وتصبح قادرة على استيعاب لغات أخرى تكتب بحروفها[١٧]، ومعنى هذا أن اللغات التي لا توجد فيها حروف علة توضع داخل الكلمة ـ كالعربية ـ تعزز السلطوية باعتبارها صعبة على التعلم. ويشير إنيس إلى الثورة الثانية في الاتصال، مبّيناً أن «تأثير المطبعة كان واضحاً لا في الفلسفة التي ظهرت في القرن السابع عشر للميلاد فحسب، وإنما أيضاً في ظهور البرلمان»، وكان من نتيجة هذا أن «مبدأ القوة تم استبداله بمبدأ القانون»[١٨].

---

(١٥) Innis, *Empire and Communications*, p. 35.

(١٦) McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, pp. 85-86.

(١٧) Ong, *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*, pp. 77-94.

(١٨) Innis, *Empire and Communications*, p. 125.

وهذا يعني أنه حيثما تم تطوير تكنولوجيا اتصال جديدة فاعلة، حدثت تحولات اجتماعية تعزز الديمقراطية، مع ما يعنيه ذلك من كسر احتكار الفئة التي تسيطر على المعلومات. فانتشار المعرفة وشيوعها يُحدثان وعياً بالحقوق بين أفراد الجمهور. ولهذا السبب قاومت السلطات منذ الأزل انتشار المعرفة وتداولها.

يتميز عصرنا الحالي على عصور الاتصال السابقة بتطوير تكنولوجيا اتصال متفردة: فهي إلكترونية رقمية وتبادلية (Interactive)، ومندمجة بعضها ببعض (Converged). ومن هنا، فإن تأثيرها المفترض في المجتمعات العربية المتلقية لرسائلها سيكون واضحاً.

٣ ـ احتكار المعرفة

تميز عصرا الاتصال الأول والثاني ـ العصر الشفوي وعصر الكتابة ـ بسيادة النظام السلطوي القائم على احتكار مطلق للمعرفة من قبل الصفوة (بتحالف من القوى الدينية والسياسية والعسكرية). وفي التاريخ العربي تحديداً، فإن الحكم المطلق بدأ في العصر الأموي، واتجهت الخلافة إلى «الحكم المستبد»[١٩]، الذي تواصل عبر مراحل التاريخ العربي. واتصالياً، تصبح نظرية السلطة مرتبطة بمفهوم احتكار الرأي الواحد ومقتصرة على فئة محدودة.

لقد استمر احتكار السلطة للمعرفة منذ القدم، وإنْ بنسب متفاوتة، حتى اختراع المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر للميلاد؛ إذ توافرت الكتب والصحف على نطاق واسع. ونتيجة لذلك، اتسعت دائرة المعرفة والجدل، وتراجع الاحتكار للمعرفة (بقوة حتمية تكنولوجيا الاتصال الجديدة) ذات الأثر البالغ. وقاد التنوير المعرفي الذي تلا إلى معارك إصلاحية ضارية شهدتها أوروبا بين السلطة من جهة والداعين إلى حرية التعبير من جهة ثانية. وفي هذا المجال، يلاحظ فيلسوف مرموق، هو برتراند راسل، أن اختراع المطبعة كان ذا «أهمية خاصة» حددت معالم الانتقال من «العصور الوسطى حتى القفزة الكبرى إلى الأمام في القرن السابع عشر»؛ فبظهور المطبعة «اتسع نطاق تداول الأفكار الجديدة إلى حد هائل، وهذا هو الذي ساعد في النهاية على هدم السلطات القديمة»[٢٠].

---

(١٩) عبد العزيز الدوري، **التكوين التاريخي للأمة العربية: دراسة في الهوية والوعي**، الأعمال الكاملة للدكتور عبد العزيز الدوري؛ ١٢ (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٤)، ص ٤٣.

(٢٠) برتراند رسل، **حكمة الغرب**، ترجمة فؤاد زكريا، عالم المعرفة؛ ٣٦٥، ٢ ج (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ٢٠٠٩)، ج ٢، ص ١٩ ـ ٢٣.

٤ ـ آثار المطبعة

رغم أن تحديد الآثار التي نجمت عن اختراع المطبعة يبدو مستحيلاً، لأنها «أحدثت تغييرات أساسية في النماذج الفكرية السائدة»[(٢١)]، فإن انتشار المعرفة قاد إلى حركات إصلاحية يمكن إجمال أهم نتائجها على النحو التالي[(٢٢)]:

• نتائج علمية: وفّرت المدارس والجامعات، وخطّت النهج العلمي القائم على الشك الديكارتي «أنا أفكر.. أنا أشك»، وقادت إلى الاختراعات العلمية والمكتشفات الجغرافية، واعتماد لغة واحدة، اللاتينية، لغة للعلم حتى القرن الثامن عشر، ما جعل أوروبا «كياناً علمياً واحداً».

• نتائج دينية: أدت إلى فصل الدين عن الدولة وظهور العلمانية ـ «الاهتمام بالعقل والتسامح».

• نتائج تجارية: أنهت احتكار التجارة العربية البحرية، ومكّنت أوروبا من السيطرة على طرق التجارة الدولية البحرية.

• نتائج اجتماعية: أسقطت النظام القبلي ونظام الطبقات، وعززت الفردية ـ غدا الإنسان «مركز» الحياة ـ والاعتماد على الذات.

• نتائج سياسية: توجت بالثورة الفرنسية التي قادت إلى حكم الشعب من الشعب، وظهور الرأي العام، وشرّعت حرية التعبير.

• نتائج صناعية ـ إلكترونية: قادت إلى الثورة الصناعية التي جاءت باستخدام الآلة والكهرباء، وهو ما أوصلنا إلى بزوغ عصر اتصالي جديد هو عصر الاتصال الإلكتروني،

---

(٢١) Elizabeth L. Eisenstein, *The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Cultural Transformations in Early Modern Europe* (Cambridge [UK]; New York: Cambridge University Press, 1979), pp. 703-705.

(٢٢) انظر: المصدر نفسه؛ رسل، المصدر نفسه، عبد المجيد نصير، «نظرات في تخلف العلوم في الحضارة الإسلامية بين القرنين الرابع عشر والتاسع عشر،» **مجلة اليرموك**، العدد ٩٥ (٢٠٠٩)، ص ١٣٠ ـ ١٣٩؛ فيليب تايلور، **قصف العقول الدعاية للحرب منذ العالم القديم حتى العصر النووي**، ترجمة سامي خشبة، عالم المعرفة؛ ٢٥٦ (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ٢٠٠٤).

انظر أيضاً: Mitchell Stephens, «Which Communication Revolution Is It, Anyway,» *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 75, no. 1 (Spring 1998), pp. 9-13, and Bella Mody, «First World Communication Technologies in Third World Contexts,» in: Everett M. Rogers and Francis Balle, eds., *The Media Revolution in America and Western Europe*, Paris-Stanford Series; v. 2. Communication and Information Science (Norwood, NJ: Ablex Pub. Corp., 1985), p. 40.

وظهرت فيه وسائل اتصال سريعة وآنية وذكية بدءاً بالتلغراف (١٨٣٥) ليتوالى بعد ذلك ظهور اللاسلكي، والمذياع، والتلفاز، والقمر الاصطناعي، والكمبيوتر، والإنترنت التي قادت مؤخراً إلى الثورة الرابعة الرقمية.

هذه التفاعلات أوجدت مناخاً اتصالياً قائماً على قبول الرأي والرأي الآخر المعارض والناقد، ومجادلته، واعتماد الصحافة كسلطة رابعة رقابية، وحرية التعبير والنقد، وحق الإنسان في الاتصال، والتمثيل الشعبي النيابي، وكلها قادت إلى تطوير الفكر الليبرالي. وفي هذا المجال، يقول راسل: «إن اختراع المطبعة لن يكون نعمة مؤكدة ما لم تصحبه ضمانات لحرية المناقشة. ذلك لأن الزيف يمكن طبعه بالسهولة نفسها التي تطبع بها الحقيقة، ويمكن أن ينتشر بالقدر نفسه من اليسر. ولن يفيد الإنسان كثيراً من القدرة على القراءة لو كان من المحتم عليه أن يقبل المادة المطروحة أمامه بلا مناقشة. فالتداول الواسع للكلمة المطبوعة لا يساعد على تقدم البحث العلمي إلا حيث تتوفر حرية الكلام والنقد. وبغير هذه الحرية يكون الأفضل لنا أن نظل أميين»[٢٣].

٥ ـ الحضارة الغربية وسرَيان المعلومات والعولمة

عززت الحضارة الغربية مكانتها بعد اختراع المطبعة بتحقيق تفوّق في سريان المعلومات استمر حتى يومنا هذا، في عصر الاتصال الإلكتروني. وهو مرشح للاستمرار بقوة مع الرقمنة في المستقبل المنظور. ونحو هذا، يلاحظ الباحثون الغربيون «أن الهدف المركزي للسياسة الخارجية الأمريكية في عصر المعلومات يجب أن يكون كسب معركة التدفق العالمي للمعلومات والسيطرة على الموجات الهوائية مثلما كانت بريطانيا العظمى تسيطر على البحار في السابق»[٢٤].

لقد كان من نتيجة تفوّق أوروبا بعد **الثورة الثانية** للاتصال أن استعمرت العالم القديم واكتشفت العالم الجديد. لكن المرحلة الاستعمارية الأوروبية توّجت بقيام حربين عالميتين، بين القوى المتصارعة فيها، فدفعت شعوبها ثمناً غالياً لأطماع حكوماتها الرأسمالية. وأوشكت المرحلة على الانتهاء بظهور الأمم المتحدة التي أقرت مبادئ تقرير المصير والعدالة وحقوق الإنسان. لكن سقوط الاتحاد السوفياتي عام ١٩٩٠ وهيمنة الرأسمالية جاءا مواكبين لظهور **الثورة الرابعة في** الاتصال، الثورة **الرقمية**؛ فقاد ذلك إلى ظهور عالم أحادي القطبية أوصلت تكنولوجيا الاتصال الحديثة

---

(٢٣) رسل، المصدر نفسه، ص ٢٣ ـ ٢٤.

(٢٤) ماكفيل، **الإعلام الدولي: النظريات ـ الاتجاهات ـ الملكية**، ص ١٦٧.

إلى **عولمته**، جالبة معها نتائج إيجابية وأخرى سلبية، كان لها انعكاسات على مراحل تطور الإعلام العربي.

في ضوء ما تقدم، نستنتج أن وسائل الاتصال الجماهيري، كنسق فرعي، يمكن أن تعمل، وتحديداً منذ مجيء الرقمنة، على إحداث تغيير تدريجي في بنية المجتمع العربي الاتصالية. فوق هذا، فإن الضغوط الخارجية التي يتعرض لها النسق الفرعي للإعلام العربي بسبب العولمة، والمنافسة مع قنوات أخرى عربية ودولية، ستدفع بالنسق الرئيسي إلى «إعادة ترتيب مضامينه بحسب الضغوط المحيطة» [٢٥]. ومن هنا، سيكون لما ورد في فرضية أن الإعلام العربي ـ الذي دخلته الرقمنة كمتغير فاعل جديد ـ أثر ظاهري في حياتنا في القرن الحادي والعشرين، أعمق من غيره. ويتضح هذا أكثر إذا ما تتبعنا مراحل تطور الإعلام العربي.

ثالثاً: مراحل تطور الإعلام العربي

إن مراجعة تاريخ الإعلام العربي منذ بدء ظهوره في مطلع القرن التاسع عشر تبيّن لنا أن هذا الإعلام مر بمراحل أربع[٢٦]، ويلج الآن مرحلة خامسة هي مدار هذه الدراسة:

١ ـ **مرحلة السيطرة**: لقد تأخر دخول المطبعة في الدولة العثمانية ومعها الأقطار العربية، بفعل فتوى من شيخ الإسلام بأنها «رجس من عمل الشيطان»[٢٧]، حتى القرن الثامن عشر ومطلع التاسع عشر. فلقد تحالف «النساخون وشيوخ الدين ضد [آلة الطباعة] وحبرها، فالنساخون خافوا على مهنتهم من الاندثار... وظن الشيوخ أن الحبر نجس... ولم تدخل المطابع إلا حوالى ١٧٢٠م»[٢٨]. ولا بد أن الصفوة الحاكمة في الدولة العثمانية قد رأت في المطبعة «منافساً خطراً لسلطانها على العلم والمعرفة» واحتكارها لها[٢٩]. بل إن الصحف الأولى التي ظهرت اعتباراً من مطلع القرن التاسع عشر كانت رسمية، وغير عربية التوجه (مثل: **جورنال العراق** عام ١٨١٦، وطُبعت في بغداد باللغتين العربية والتركية، أو **جورنال الخديوي** في مصر عام ١٨٢٧، وطُبعت

---

(٢٥) Littlejohn, *Theories of Human Communication*, p. 31.

(٢٦) عصام سليمان الموسى، «ثورة وسائل الاتصال وانعكاساتها على مراحل تطور الإعلام العربي القومي،» **المستقبل العربي**، السنة ١٨، العدد ٢٠٥ (آذار/ مارس ١٩٩٦)، ص ١١٨ ـ ١٢٦.

(٢٧) أديب مروة، **الصحافة العربية: نشأتها وتطورها** (بيروت: دار مكتبة الحياة، ١٩٦١)، ص ١٣٩.

(٢٨) نصير، «نظرات في تخلف العلوم في الحضارة الإسلامية بين القرنين الرابع عشر والتاسع عشر،» ص ١٣٧.

(٢٩) عصام سليمان الموسى، **تطور الصحافة الأردنية، ١٩٢٠ ـ ١٩٩٧** (عمّان: منشورات لجنة تاريخ الأردن، ١٩٩٨)، ص ٢٣.

أول الأمر بالتركية، وأصدر الفرنسيون في الجزائر جريدة **المبشر** عام ١٨٤٧ ـ بعد احتلالهم تلك البلاد عام ١٩٣٢). مثل هذه الصحف صدرت في عواصم الولايات الخاضعة للدولة العثمانية أو الحكومات المستعمِرة. وكانت جميعاً تنطق بلسان حال السلطة، وتنشر التعليمات والبيانات الرسمية، وتحول دون نشر وجهة نظر ناقدة. وجاء قانون المطبوعات العثماني، الصادر عام ١٨٥٧ والمعدَّل عام ١٨٦٥، سلطوياً ومحدداً لحرية التعبير. وأصدر الفرنسيون عام ١٨٨١ قانوناً للمطبوعات اعتبر اللغة العربية لغة أجنبية. وهذا يبين أن السلطات ـ سواء أكانت عثمانية أم أوروبية استعمارية، أم منشقة (مثل محمد علي في مصر) ـ هدفت من وراء إدخال المطبعة وإصدار الصحف تحقيق السيطرة على فكر الإنسان العربي، وإخضاعه لرؤية السلطة، وتوجيهه للقبول بأفكارها. يضاف إلى ذلك أن تأخر دخول المطبعة ترك فجوة معرفية بيننا وبين الغرب تقدر بثلاثة قرون.

٢ ـ **مرحلة النهوض**: وذلك حين تحدى الصحافيون العرب السلطة العثمانية، فدعوا إلى تحرر الأمة واستقلالها، بخاصة بعد صدور قانون عام ١٩٠٩ العثماني، الذي سمح بحرية تعبير محدودة في المشرق في العام الذي أصدر فيه الإنكليز في مصر قانون مطبوعات متشدداً حدَّ من حرية التعبير هناك[٣٠]. وقبل ذلك، قامت الصحافة التي صدرت في لبنان ومصر في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، بخاصة على أيدي صحافيين من أمثال أديب إسحاق وعبد الرحمن الكواكبي، بدور في الدعوة إلى التحرر من الخضوع للقوى المحتلة الفاسدة، والمناداة بالعلمانية، وإن كانت هذه الدعوات أكثر بروزاً عند الصحافيين المسيحيين من إخوتهم الصحافيين المسلمين في تلك الفترة[٣١]. وكان أن دفع الصحافيون في بلاد الشام الثمن بالدم لقاء دعواتهم لتحرير أمتهم؛ إذ علّق جمال باشا السفاح ستة عشر صحافياً، مع أحرار آخرين، على أعواد المشانق في ساحتي الشهداء في دمشق وبيروت[٣٢] عشية قيام الثورة العربية الكبرى عام ١٩١٦.

٣ ـ **مرحلة الاحتواء**: بعد الحربين العالميتين الأولى والثانية، حصلت البلاد العربية على استقلالها تباعاً. ولم يكن هذا الاستقلال كاملاً، بل فيه خضوع للسلطات الاستعمارية. وتم توقيف الصحف المنادية بالقومية والوحدة، وسُجن الصحافيون

---

(٣٠) مروة، **الصحافة العربية: نشأتها وتطورها**، ص ٢٠٠.

(٣١) Ami Ayalon, *The Press in the Arab Middle East: A History*, in cooperation with the Moshe Dayan Center for Middle Eastern and African Studies, Studies in Middle Eastern History (New York: Oxford University Press, 1995), p. 130.

(٣٢) مروة، المصدر نفسه، ص ١٧١.

الذين رفعوا تلك الشعارات وعوقبوا. وكان من الطبيعي في ظل هذا الوضع أن تعمل السلطة شبه المستقلة، الخاضعة لوصاية الدولة المنتدبة وتوجيهاتها، على «احتواء» الدعوات المنادية بحرية التعبير. ونتج من هذا قمع وجهة النظر الثانية، وخصوصاً وجهة النظر المناوئة. وفي هذا مفارقة: ففي حين كانت صحف الدول المستعمِرة تتمتع في بلادها بنظام ليبرالي يمارس حرية التعبير، كانت الصحف في الدول المستعمَرة في ظل نظامٍ قائم على التبعية والاستبداد وأحادية الفكر السلطوي. وقد سمحت السلطات للصحافة بأن تظل في يد القطاع الخاص في بعض الأقطار، لكنها حددت عملها بقوانين المطبوعات والنشر ومنح الرخصة للموالين. وفي أنظمة عربية (ثورية)، تم تأميم الصحافة وإخضاعها لتوجيه السلطة، وظهرت وزارات الإعلام أو الإرشاد والتوجيه القومي (لاحظ كلمات: الإعلام، التوجيه، الإرشاد)، وصار تعيين رئيس التحرير من صلاحية الوزير. لقد أدركت الحكومات العربية أهمية وسائل الاتصال الإلكترونية (المذياع وثم التلفاز) في السيطرة على العقل العربي، فأبقت على هذه الوسائل ـ في جميع الأقطار العربية تقريباً ـ من البداية وحتى نهاية القرن العشرين، خاضعة لسيطرتها، واعتبرتها وسائل توجيه وتلقين وإعلام تنطق باسمها، ونجحت في تعزيز الشفاهية وتعميقها. ولم تكتف السلطة بذلك، بل ساندت أبواق الدعاية لها بإنشاء وكالات أنباء غذتها بسيل من أخبار الرسميين وإنجازاتهم. وقد أثبتت وسائل الإعلام فعاليتها في المجتمعات لسببين هما انتشار الأمية وضعف بنية الاتصالات والمواصلات. وبرز في هذه المرحلة الإعلام المصري الدعائي، الذي سيطر سيطرة شبه مطلقة على الوجدان العربي حتى عام ١٩٦٧ ـ عام النكسة. في هذه المرحلة إذن، تم احتواء الإعلام وتوظيف صوته وإمكاناته بالكامل لخدمة السلطة، ما عدا استثناءات محدودة هنا وهناك.

٤ ـ **مرحلة الإغراق والذهول**: مع قدوم الفضائيات منذ الثمانينيات، أدركت بعض الدول خطرها، فعمدت إلى حظر استخدام الصحن اللاقط منعاً لاستقبال الإشارات القادمة من الفضاء الذي بدأت رسائله تُغرق المتلقي بصنوف من الرسائل وبمختلف الأنواع. وفي هذه المرحلة حل الإعلام الخليجي محل الإعلام المصري، الذي ضعف دوره الدعائي بعد حرب ١٩٦٧. وزيدت جرعة الترفيه التي قدمت عبر الفضائيات. وكان الهدف واضحاً: محاولة تخدير المواطن وإلهائه بما يقدم له من ألوان الإغراء والغناء والبرامج الهابطة. وأدركت أقطار الخليج العربي الثرية أهمية الإعلام الفضائي، فتسابقت لاقتنائه ودعمه، واحتلت قنواتها الصدارة في السوق العربية. وكان أن شهدت المرحلة في بداية التسعينيات بدء ظهور الإعلام الخاص ـ بفضل الرقمنة ـ إلى جانب

الإعلام الرسمي. وأبقيت الوظائف الأساسية تعمل على أشدها: الترفيه، لإشغال المواطن وإضاعة وقته وإلهائه والهبوط بذائقته، والإخباريات، لتقديم أخبار متلاحقة عن الصراعات ومساعي العرب الاستسلامية التي كانت تحبط المتلقي وتزيد من اكتئابه في زمن شهد تعمق النزاع بين الأقطار العربية، والتوجه نحو غزو بعضها من الخارج. وكانت نتيجة هذا أن أصيب المتلقي العربي بالذهول والحيرة والضياع والإحباط. هذه الصدمات عملت على إيقاظ وعي المتلقي حين اكتشف أن هناك جوانب أخرى للحقيقة.

٥ ـ **ولوج نظام اتصالي شبه ليبرالي (يعزز تقاليد العصر الشفاهي)**: شهدت أواخر التسعينيات تطوراً تكنولوجياً مهماً، باختراع التلفاز الرقمي عام ١٩٩٨، وهو ما مكّن من دمج القنوات الرقمية بعضها ببعض. وكان هذا محفزاً لإحداث نقلة جديدة تفرضها حتمية تكنولوجية من نوع جديد محملة برسائل من كل نوع، ومن كل حدب وصوب، لا عدّ لها ولا حصر، تجيء عبر الطريق السريع. ومع قدوم **الاندماج الرقمي**، بدأت الصورة تتغير؛ إذ اضطر الإعلام الحكومي إلى إلقاء مقص الرقيب جانباً (حين اكتشف أن ما يقتطعه من معلومات أو مناظر لحجب رؤيته عن الجمهور، يمكن أن يصل إلى ذلك الجمهور بأدوات اتصال أخرى كالفاكس، أو الإنترنت)، فرفع الحظر عن اللواقط الفضائية. وقدم الإعلام فضائيات إخبارية عنيت ـ على نحو متفاوت ـ بتشجيع الجدل (الانفعالي أحياناً) وطرح الآراء المتباينة وجلد الذات. وكانت القاعدة الشعبية العربية خلال السنوات الماضية تشهد تغيرات جمة؛ إذ توسعت شريحة المتعلمين والناقدين، وظهرت حركات نضالية جنَّدت لصفوفها جيوش المتعاطفين الغاضبين جراء ما آلت إليه أوضاع الأمة العربية. وتحسنت طرق الاتصال والمواصلات، وانفتح المثقفون على حضارات العالم المعاصر، ودرسوا أسباب نهوضها، وتفاعل الغضب في الصدور، وازداد الوضع دينامية بظهور صحافة المهجر التي كانت أقوالها الناقدة ترددها الإذاعات الدولية.

في وجه هذا المد، انحنت الحكومات للعاصفة، لكنها لجأت إلى طرق غير مباشرة للاستحواذ على عقل المشاهد، فأقامت فضائيات إخبارية ذات تقنية عالية، وزودتها بكوادر وبمراسلين مهرة عملوا متكاتفين على تقديم وجهة النظر الرسمية بصورة غير مباشرة، ثم وظفت الترفيه بأعلى صوره، بل وأقامت قنوات متخصصة بالكامل له عبر قنوات حليفة، وساندتها في ذلك شركات الاتصالات الهاتفية التي اقتسمت الأرباح المادية. ولتنفيذ هذا المخطط، تم توظيف «تكنوقراط» موالين.

لقد قام نظام الاتصال/ الإعلام العربي، حتى نهاية التسعينيات من القرن العشرين الماضي، على تقديم الرأي الأحادي ووجهة نظر السلطة، فساهم ذلك من الناحية الاجتماعية في إيجاد متلقّين يحسنون الاستماع والإصغاء، وسلبيين لا يجادلون في ظل ثقافة شفوية عامة.

لكن مع الرقمنة، بدأ التحول باتجاه شبه الليبرالية يحقق نتائج. وقد وصف باحث أمريكي تكنولوجيا الإعلام الرقمي وأثرها بقوله إنها «ثورة من نوع جديد في العالم العربي... أدت بدورها إلى تأسيس وسائل اتصال إقليمية حديثة في المنطقة العربية تتفوق على السيطرة المباشرة لحكومات المنطقة والأنظمة السياسية فيها»[٣٣].

وفي هذا المجال، يرى الباحثون العرب أن الإعلام في هذه المرحلة أدى إلى تغيير في القيم، لكن ليس في موقف الحكومات. فالصادق الحمامي يعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية حققت تغييراً في القيم الاجتماعية[٣٤]، في حين يرى حسين أمين أن الحكومات العربية لن تمنح الصحافيين حرية التعبير في المستقبل المنظور[٣٥].

حقاً، لقد شهد الواقع العربي السياسي تراجع الحلم القومي الوحدوي، واحتلال أقطار مركزية عربية من قبل الغزاة الجدد، لكن إدراك المتلقي أن هناك وجهة نظر ثانية في مكان ما على الطريق السريع في محطة أخرى - عربية وغير عربية - غيّر الصورة، وأيقظ الوعي المجتمعي. وتغيرت الرسالة الإعلامية، وتغير معها الإنسان العربي، وارتفعت وتيرة التذمر والنقد، وصاحب ذلك إرهاصات أخرى.

رابعاً: خصائص الشبه ليبرالية... وإرهاصاتها

كان من النتائج المباشرة للرقمنة أن عمل البعض على إلغاء وزارة الإعلام، أو إقامة مجالس عليا للإعلام، وأعلن البعض الآخر تحرير أنظمة وقوانين الإعلام وإطلاق القنوات الخاصة.

---

(٣٣) جون ألترمان، **إعلام جديد: سياسة جديدة**، ترجمة عبد الله الكندي (غزة: دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٣)، ص ٢١.

(٣٤) الصادق الحمامي، «المجال الإعلامي العربي: إرهاصات نموذج تواصلي جديد،» **المستقبل العربي**، السنة ٢٩، العدد ٣٣٥ (كانون الثاني/ يناير ٢٠٠٧)، ص ٦٢.

(٣٥) Hussein Amin, «Freedom as a Value in Arab Media: Perceptions and Attitudes among Journalists,» *Political Communication*, vol. 19 (2002), pp. 125-135.

وصاحب ولوج المرحلة الخامسة هذه، شد وجذب، ونقاشات ما تزال مطروحة على بساط البحث وتمثّل في مجملها، وفي الأحوال كافة، ظاهرة صحية يبزغ منها أمل واعد.

وفي ما يتلو مناقشة لهذه النتائج، دون تصنيفها في خانة الإيجابيات أو السلبيات، باعتبارها تحولات وضعت الإعلام العربي على مفترق طرق، وستحدد مسيرته في المستقبل.

١ ـ توسع المشاركة

بسبب عدم توافر المطبعة والكتب والصحافة مدة قرون ثلاثة تقريباً، لم يستطع الإنسان العربي أن يعيش تجربة التحول الديمقراطي كما عاشها الأوروبي، فينمي معارفه العلمية والاجتماعية والشخصية بصورة ذاتية وتراكمية. وما زاد الطين بلة، أنه بعد دخول المطبعة إلى البلاد العربية، قُيدت حرية التعبير، واستُخدمت وسائل الاتصال لا لبناء الإنسان العربي بناء صحياً وإنما لإضعافه وإخضاعه لسيطرة السلطة (الاستعمارية ثم الوطنية المحلية)، التي بقي أسيرها حتى فرضت حتمية الرقمنة كسر احتكار معرفة السلطة. وبهذا أوجد الإعلام قبل الرقمنة متلقين سلبيين يحسنون الاستماع والإصغاء ولا يجادلون، في وقت كان الإقبال على القراءة، وما يزال، في حدوده الدنيا. عكس ذلك، فإن تقاليد القراءة المعمقة، التي تغذي المنطق والقدرات العقلية والفردية، أوجدت ثقافة مغايرة، عملية وعلمية وعلمانية ـ كما اتضح من نتائج اختراع المطبعة على الغرب. وقد ينطبق هذا أيضاً على حضارات الشرق التي نهضت، مثل اليابان والصين والهند.

أما الآن، فالإعلام يعتمد وظائف جديدة، منها الحوار والجدل، وتقديم الرأي المعارض، ومناقشة الأفكار التي كانت محرّمة قبلاً. في هذه الأجواء، صار المتلقي العربي لا يستمع فقط، بل يشارك ويفكر أيضاً، ويستيقظ وجدانه وتتشكل اتجاهات جديدة لديه، بعضها يحمل دهشة الصدمة، وبعضها يعبّر عن خيبة أمل (لصورة الماضي السعيد المستكين الذي صاغه الإعلام الموجه)، وبعضها غاضب يعبّر عن تمرده على ما عرف وما نشأ عليه، وبعضها مبني على تعميق الشك لديه إلى حد فقدان الثقة.

في هذه العملية، بدأ الإنسان العربي يخرج من السلبية التي نشأ عليها إلى دائرة أوسع من المشاركة الإيجابية.

٢ ـ صورة المرأة

أما بالنسبة إلى المرأة، نصف المجتمع، فبعض ما يقدَّم من برامج (و«كليبات» ـ clips) عرّى المرأة وعرضها جسداً جميلاً دافقاً بالرغبة، تقدمه فضائيات لا ترحم المواطن، ولا الشبان خاصة؛ في حين قدمتها برامج أخرى ـ وهي قليلة ـ عقلاً ناضجاً ناقداً داعياً إلى رفع شأنها والمطالبة بحقوقها، بما يعنيه ذلك من زعزعة لموقف الرجل ـ والمجتمع الذكوري ـ الذي كان حتى وقت قريب سيد الموقف بلا منازع.

٣ ـ اختراق جزئي للإعلام الدولي

ولوهلة قصيرة، برزت قوة الإعلام الرقمي العربي وفعاليته حين تمكّن من اختراق احتكار الإعلام الدولي جزئياً، وكسر أسلوب سريان المعلومات الذي ظل سائداً لصالح دول المركز حتى ذلك الوقت. وقد تم ذلك حين تمكّنت بعض القنوات العربية من ممارسة العمل التلفازي بمهنية في أثناء حروب الخليج الثلاث وحرب أفغانستان، الأمر الذي اضطر العديد من المحطات العالمية إلى أن تنقل عنها. وبعد سقوط العراق في أيدي القوات الأمريكية عام ٢٠٠٣، اتُّهمت هذه القنوات بأنها تحرض على العنف والإرهاب، ثم مورست عليها ضغوط جعلتها تذيع أقوال الناطق الرسمي لتحقق التوازن في رواياتها.

لكن محاولة اختراق السوق العالمية عبر الفضائيات العربية، والوصول إلى المتلقّين في المجتمع الدولي، لم تتحقق بعد على نطاق واسع، وبقيت الهيمنة للإعلام الدولي في مجال سريان المعلومات. وهذا يبيّن أن امتلاك التكنولوجيا لا يكفي، بل لا بد من توافر الكيفية الملائمة لإدارة المعلومة، وبخاصة أن طرق الشبكة العالمية مفتوحة للجميع، شريطة حُسن استغلال تلك الطرق.

٤ ـ قنوات.. وزعيق

في عهد الرقمنة، ظهرت في الفضاء العربي **أربعة** أنواع من القنوات: النوع **الأول** موجه إلى جمهور الداخل وخاضع لوزارة الإعلام، والنوع **الثاني** فضائيات رسمية موجهة إلى كل العرب، والنوع **الثالث** قنوات بملكية خاصة ذات ارتباطات غير مباشرة بالحكومات، والنوع **الرابع** قنوات خاصة تعمل برخصة. وهذه تضاف إليها قنوات الإعلام الدولي.

وإذا كانت الفضائيات العربية والدولية مجتمعة وفّرت للإنسان العربي مناخاً فيه درجة عالية من التنوع وشبه الليبرالية، فقادت إلى إيقاظ الوعي، فإن الإعلام المحلي لا يحقق تلك الفعالية؛ فقد رأى البعض في عدد منها، كالإذاعات الجديدة المتعددة (محطات .F.M)، أنها تعمل على «تشبيك فاعل وناظم للعلاقة بين المسؤول والمواطن» (دودين). وفي الحقيقة، إن هذا ليس بجديد؛ إذ كانت تقوم بعملية «التشبيك» هذه برامج البث المباشر التي دخلت بعض الإذاعات العربية الرسمية منذ عقدين على الأقل. في المقابل، شكك آخرون بما تقدمه هذه الإذاعات: « لدينا وسائل إعلام لا يعرف الجمهور نصفها على الأقل لكثرتها، لكن هذه الكثرة لا تقدم إلا القليل من الإعلام في تأثيره الداخلي وتغيب بصورة مطلقة على الصعيد الخارجي رغم الجلبة التي تتسبب بها والتي يسميها البعض صخباً يؤدي إلى صداع يجب ألا يستمر دون علاج...» (المجالي).

والحقيقة أن الوسائل المحلية تعمل ضمن قوانين موضوعة للمطبوع والمرئي والمسموع، ولذلك تظل التعددية المحلية في نهاية الأمر داخل القطر الواحد محدودة الأثر، شكلية، فيها زعيق وترفيه كثير، ويحد من فعاليتها أنها لا تعتمد قوانين المصداقية الصارمة. أما الإذاعات الدولية التي تبث عبر قنوات F.M المحلية، فهي تسعى إلى تعميق دورها، كما يمكن التقاط برامجها على الموجة المتوسطة في أي وقت.

٥ ـ الاحتواء الناعم

حين شعرت الحكومات العربية بأن الأرض بدأت تميد تحت أقدامها بفعل مجيء الرقمنة، لجأت إلى سلوك طرق «أكثر دهاء» (غرايبة)، وصفتها دراسة تحليلية بأنها «احتواء ناعم» مارسته الحكومات على الصحافة والصحافيين لإعادة فرض سيطرتها على الإعلام، مستفيدة من سيادة الثقافة الشفاهية السائدة، وعاملة على تعزيزها. ومن أساليب الاحتواء الناعم هذه، بحسب الدراسة، « التعيين الدائم والمؤقت [للصحافيين] في مناصب حكومية أو شبه حكومية، والهبات والمنح والأعطيات المالية، ومنح المعلومات لصحافيين وإعلاميين محددين، والدعوة إلى حضور لقاءات واجتماعات مع كبار المسؤولين، والإعفاءات الجمركية والعلاج خارج إطار أنظمة التأمين الصحي والمنح الدراسية للأبناء والأقارب...»[٣٦]. وتهدف أساليب الاحتواء هذه إلى تكريس الوضع القائم لا إلى إحداث تغيير جوهري فيه.

---

(٣٦) انظر: «أثر الاحتواء الناعم على حرية الصحافة واستقلالية وسائل الإعلام في الأردن،» مركز القدس للدراسات السياسية (شباط/ فبراير ٢٠٠٩)، <http://www.agquscenter.org>. =

٦ ـ الاستعمار الإلكتروني

بسبب قوة الرقمنة في الوصول والهيمنة، ظهر نوع جديد من الاستعمار الدولي اصطلح على تسميته الاستعمار الإلكتروني. هذا النوع من الاستعمار «حل محل أشكال الاستعمار القديمة: العسكري والديني والتجاري»، وهو يقوم على «استيراد برامج وأدوات الاتصال جنباً إلى جنب مع استقدام المهندسين والفنيين والقواعد اللازمة» بما يؤدي «إلى ظهور قيم وعادات وثقافات وتوقعات جديدة تتعارض بدرجة كبيرة مع قيم الثقافات المحلية وعاداتها»[٣٧]. وكنا في الوطن العربي حتى التسعينيات من القرن الماضي نتحدث عن هذا النوع من الاستعمار تحت مسميات مختلفة منها: الغزو الثقافي أو الغزو الإعلامي أو التبعية الإعلامية، لكن بعد الرقمنة، تعمقت هذه الصنوف إلى «استعمار»، وهو أفعل وأشمل وأخطر، لأنه يستهدف العقول والوجدان ـ وبخاصة عقول الشباب ووجدانهم ـ ويتضمن مفاهيم التبعية والغزو الثقافي مجتمعة.

ويخوض الإعلام الدولي معركة الاستعمار الإلكتروني بكل قوة، مستهدفاً الشباب بشكل رئيسي، وساعياً إلى غرس مفاهيم وسلوكيات تتوافق وأطروحاته. وتعمقت المشكلة بظهور قنوات عربية تحمل برامج الاستعمار الإلكتروني وأفلامه، وتقدمها تحت غطاء عربي دون مواربة، وعلى مدار الساعة.

٧ ـ الدعم الدولي للمنظمات غير الحكومية

والأكثر خطورة أيضاً هو تسابق مختلف المؤسسات الدولية على دعم المنظمات غير الحكومية العاملة في مجال الإعلام، ومؤازرتها في عقد برامج ودورات تدريبية تسعى من خلالها إلى تحقيق أهدافها. ووجه الخطورة في هذا الجانب، الذي يقدم على أنه يهدف إلى الإصلاح، أن هذه المؤسسات تدفع بالتنسيق الإعلامي ليخرج عن مساره بما يؤدي إلى إحداث فوضى مقصودة تزيد من توتر النسق الرئيسي، فتضعفه وتمكّن من تحقيق السيطرة عليه بطرق غير مباشرة. وتقوم المؤسسات الدولية هذه بانتقاء أهدافها بعناية من القائمين على هذه المراكز حين تجد فيهم قابلية خدمة تلك الأهداف.

= انظر أيضاً: أشرف الراعي، «مركز القدس يعلن نتائج دراسة عن حرية الصحافة واستقلالية وسائل الإعلام،» **الغد** (عمّان)، ١/ ٣/ ٢٠٠٩، ص ١٠. وأظهرت نتائج الدراسة وجود جهات أخرى غير حكومية تمارس أساليب الاحتواء الناعم على الصحافيين منها: «رجال الأعمال، شخصيات نافذة، نواب وأعيان، مؤسسات مجتمع مدني، أحزاب سياسية، أجهزة أمنية، وجهاء عشائر». انظر أيضاً: أمل رمضان، معد، «الاحتواء الناعم للإعلام،» <http://www.dpp.gov.jo/2009/8.html>.

(٣٧) ماكفيل، **الإعلام الدولي: النظريات ـ الاتجاهات ـ الملكية**، ص ٤٠ ـ ٤١.

٨ ـ مواجهة الرقمنة

في وجه هجمة الرقمنة وظهور نتائج تغير من النمط السلطوي السائد، سارعت الحكومات العربية إلى التنسيق في ما بينها، ومع المؤسسات الإعلامية والصحافية المحلية. وقد بلغت المرحلة أشدها حين أعربت الحكومات عن ضيقها من تفاقم هذا الوضع ـ «الثورة» ـ باستصدار «وثيقة مبادئ تنظيم البث والاستقبال الفضائي الاذاعي والتلفزيوني في المنطقة العربية»، وذلك في اجتماع وزراء الإعلام العرب في رحاب جامعة الدول العربية عام ٢٠٠٨[٣٨]. بل تم وقْف قناة واحدة أو أكثر عن البث، وملاحقة بعض كتّاب المدوَّنات. وهكذا تم رص الصفوف، ووظف التنسيق الجماعي للوقوف في وجه تداعيات الخطر الداهم.

وعلى الصعيد الداخلي، ازداد الاقتراب من المؤسسات المهنية الإعلامية لتشديد ممارسة الرقابة الذاتية. ولهذا الغرض، استحدثت مواثيق شرف وضعتها المؤسسات الإعلامية (الموالية)، طالبت فيها العاملين الالتزام ببنودها، فوقع الصحافيون بين مطرقة قانون المطبوعات والقوانين المصاحبة تدق من أعلى، ومطرقة ميثاق الشرف تدق من أسفل. من هنا، يعتبر تحذير اتحاد الصحافيين العرب، الذي أشرنا إليه في بداية الدراسة، أمراً بالغ الحساسية، لأنه يؤشر على إدراك القائمين على العمل الصحافي أنفسهم استشراء تردّي الأخلاقيات المهنية وتدنّي مستوياتها.

٩ ـ الرقمنة والوحدة العربية!

يرى ألترمان أن كلّاً من الصحافة المطبوعة والمطبعة «رسخت... حواجز الحدود بين متحدثي اللغة العربية»، في حين أن الإعلام الرقمي «خلق سوقاً واحدة مشتركة» و«كسر حواجز اللهجات التي تفصل بين مجتمعات المنطقة العربية». ذلك أن المناظرات والحوارات تساعد في «تهيئة الأرض (للإجماع العربي) الذي يمكن أن يصبح بدوره سبباً في منعها في المستقبل»[٣٩]. وإذا كانت النبوءة الثانية تحققت حين تحرك وزراء الإعلام للتنسيق في اتخاذ إجراءات تنظيم البث الفضائي، فإن المصالحة

---

(٣٨) ومن أهم المبادئ التي تضمنتها الوثيقة أنها تحظر على أي شخص أن يمارس أي عمل من أعمال البث أو إعادة البث أو تقديم أي خدمة من خدماته، ما لم يكن حاصلاً على رخصة بث أو إعادة بث صادرة من السلطة المختصة بإصدارها في أي دولة من الدول الأعضاء حتى يتم استيفاء الشروط والضوابط والمعايير التي تحتويها الوثيقة والشروط التي تضعها الدول على أراضيها والمناطق المفتوحة... انظر: **النداء**، ١٣/ ٢/ ٢٠٠٨، <http://www.damdec.org>.

(٣٩) ألترمان، **إعلام جديد: سياسة جديدة**، ص ١٣٨ ـ ١٤٠.

العربية على مستوى الرؤساء بدأت منذ مؤتمري القمة الأخيرين في الكويت والدوحة (٢٠٠٩)، وربما تحت تأثير الرقمنة.

لكن مقولة ألترمان هذه فيها إجحاف بيِّن، إذ إن الإعلام العربي تاريخياً، حقق فوائد جمة للمواطن العربي، نذكر منها: تطويره ما اصطلح على تسميته اللغة الثالثة، اللغة الصحافية والإذاعية التي صارت لغة مشتركة للتفاهم بين العرب. كما أنه مكّن، رغم سلطويته ورغم التنافر في المواقف السياسية بين الأنظمة التي وظفت وسائل الإعلام في معاركها البينية، من زيادة التعارف والتقارب بين الشعوب. وبالتأكيد، فإن الإعلام الرقمي الحالي عمّق أكثر فرص الاطلاع بصورة أفضل على الواقع العربي، وقرّب بين الشعوب العربية بصورة أكبر، وزاد التفاعل بين أفرادها عبر الإنترنت. وقد يكون لذلك آثار بعيدة المدى لا نستطيع أن ننظر إليها بمعزل عن الثورة الرقمية التي أطاحت أشياء تقليدية كانت مسلَّمات في الماضي. لكن السؤال القائم هو: هل يستطيع الإعلام العربي الرقمي أن يطيح حدود سايكس ـ بيكو الراسخة؟

١٠ ـ التحول من إعلام إلى اتصال جماهيري

كانت لجنة ماكبرايد، التي وضعت تقريرها الصادر عن اليونسكو عام ١٩٨٠، قد حددت ثماني وظائف للاتصال الجماهيري، هي: الإعلام؛ التنشئة الاجتماعية؛ الحفز؛ المناقشة والحوار؛ التعليم؛ التثقيف؛ الترفيه؛ التقارب الاجتماعي[٤٠]. وبموجب هذه الوظائف، يتبين أن «الإعلام» هو وظيفة واحدة من ثماني وظائف يفترض أن يقدمها بتوازن الاتصال الجماهيري ـ الذي سمّي في البلاد العربية إعلاماً. لكن الإعلام العربي اقتصر بصورة رئيسية على تقديم وظائف محددة قلّصت دوره في بناء المجتمع بناء سليماً. وكان المصمودي قد لاحظ منذ زمن أن الإعلام العربي يركز على البرامج الترفيهية بنسبة عالية جداً، ثم البرامج الإخبارية والتربوية والدينية بنسب أقل بكثير من الأولى[٤١]. وهنا لا بد من ملاحظة أن التركيز على الترفيه في الإعلام يأتي مناقضاً، مثلاً، لفلسفة الإذاعة البريطانية (BBC) (وتلفازها) باعتبارها رائدة من رواد العمل الإعلامي ـ كما لخّصها اللورد جون ريث، أحد القائمين الأوائل عليها، الذي قال

---

(٤٠) Sean MacBride [et al.], *Many Voices, One World: Communication and Society, Today and Tomorrow: Towards a New More Just and More Efficient World Information and Communication Order* (Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 1980), p. 14.

(٤١) مصطفى المصمودي، **النظام الإعلامي الجديد**، عالم المعرفة؛ ٩٤ (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٨٥)، ص ٢٩٣.

إن استخدام التسلية والترفيه بشكل كبير «لن يكون تخلياً منها عن مسؤولياتها وإساءة لاستخدام قوتها فحسب، ولكنه سيكون أيضاً إهانة للجماهير التي تخدمها»[٤٢]. وهكذا، وبالتركيز على وظائف محددة، أصبحت رسالة الإعلام العربي، في جزء كبير منها، قاصرة ومحدودة ومبرمجة، تعمل على تعميق الشفاهية والتسطيح والسلبية (تحمل في ثناياها إهانة متعمدة لعقل المتلقي بالتركيز على الترفيه).

لكن الصورة آخذة في التغير بعد الرقمنة، رغم أنها لم تكتمل؛ إذ إن المتلقي العادي الشفاهي الثقافة (الذي تمت برمجته في السابق على الإعلام والترفيه وقبول وجهة نظر السلطة الواحدة) أصبح على استعداد لتقبل وجهة نظر الطرف الآخر، سواء في فضائية عربية أو غير عربية، ومناقشتها ومجادلتها وربما تحديها. وصار هناك مجال للآراء المتباينة لم يعتده المتلقي قبلاً، وصار الإنسان العربي يسأل نفسه بعد التعرض للقنوات: ماذا يقول الطرف الآخر؟ وتمتد يده بحثاً عن القناة التي تمثّل وجهة النظر الأخرى، فيتعرض لها، ويناقش مع زملائه وجهات النظر المتباينة. وصارت هذه المحطات تعالج «القضايا السياسية والثقافية التي تهم الرأي العربي» بكثرة[٤٣]. بل ترى المتلقي «يبحر» عبر الصفحات الإلكترونية، حين لا يجد الإجابة الشافية، باحثاً عن تعليق هنا وخبر هناك. صار المواطن يسمع مصطلحات لم تكن واردة في قاموس حياته من قبل (مثل حقوق الإنسان وحقوق المرأة... إلخ)؛ وصار يرى بأم عينيه، ويفكر في أشياء تهدم ما نشأ عليه من أفكار. وتشجعت الصحافة، فقويت فيها وتيرة النقد غير المباشر أحياناً والمباشر أحياناً أخرى. وهكذا ساهمت الصحافة الأسبوعية والإذاعات الإلكترونية والفضائيات العربية وغير العربية والإنترنت مجتمعة في دور كبير في تفكيك هيمنة السلطة على العقل العربي. **وبدأت عملية التحول من «إعلام» إلى «اتصال جماهيري»**، وذلك لقيام وسائل الاتصال الرقمية بتقديم وظائف لم يكن الإعلام التقليدي ـ إعلام السلطة ـ يوليها العناية اللازمة على المستوى القومي، فأدخل الإنسان العربي مرحلة جديدة قريبة من المعاصرة.

وبهذا يكون الإعلام العربي الرقمي عملياً قد أحدث، بحسب ألترمان، «ثورة» في وعي المحيط الاجتماعي العربي، وأخذ يعمل في تحطيم نظام الاتصال السلطوي القائم على وجهة النظر الواحدة.

---

(٤٢) ماكفيل، **الإعلام الدولي: النظريات ـ الاتجاهات ـ الملكية**، ص ٢١٩.

(٤٣) عبد الله زلطة، **الإعلام الدولي في العصر الحديث** (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠١)، ص ١٧١.

خامساً: خصائص الرسالة الإعلامية الرقمية

ونحو السير باتجاه الاتصال الجماهيري، غيرت الرقمنة مضمون رسالة الإعلام عن السابق. ومن خصائص الرسالة الرقمية المعاصرة شبه الليبرالية أنها:

١ ـ تقدم رؤى جديدة لعوالم تسود فيها العدالة الاجتماعية، وتحترم فيها حقوق الأفراد.

٢ ـ محمَّلة بصنوف المعرفة والأفكار غير المألوفة.

٣ ـ تحفل بالجدل ووجهات النظر المتباينة التي تثير في النفوس صنوف الشك والريبة.

٤ ـ تقدم أطروحات تعمل على تحطيم التابوهات (المحرّمات).

٥ ـ تلقي أضواء جديدة على الرواية الرسمية؛ أضواء لم يكن مرحباً بتقديمها أو مناقشتها قبلاً، تثير الشكوك بالمسلَّمات، بل إن بعضها، وبخاصة القادم من المهجر، طافح بالنقد.

٦ ـ تتيح مجمل القنوات تقديم وظائف الاتصال الجماهيري الثماني بتوازن أكثر من السابق.

٧ ـ يعمل الإعلام الرسمي وما يرتبط به، كالفضائيات المخصصة للترفيه، بدأب على تعزيز الشفاهية والهروبية والسلبية والاستهلاكية.

- **الخطورة.. والأمل**

رغم أن عملية الشد والجذب ـ التي ولّدها نظام الاتصال المجتمعي، الذي بدأ يتطور في الوطن العربي ـ بين المتلقّين لرسالة الإعلام الرقمي والحكومات التي تسعى جاهدة إلى إبقاء الإعلام في حظيرتها بمحاولاتها الناعمة وغير الناعمة لاحتواء الإعلام والإعلاميين، فإن الخطورة الكبرى على المجتمع المتلقي تظل قائمة:

ـ لأن هذه الوسائل بالتحديد تعمل بدأب ونشاط على تعزيز التقاليد الشفاهية، وبالتالي تعميق السطحية والارتجالية والضحالة الفكرية، يساندها في هذا نظام تعليمي تلقيني. وعليه، فإن التشديد على أهمية تطوير صناعة إعلامية ذات مستوى لائق ترقى بالثقافة الإعلامية العربية (Mass Culture) أمر ضروري[٤٤].

---

(٤٤) عصام سليمان الموسى، **تطوير الثقافة الجماهيرية العربية**، دراسات استراتيجية (أبو ظبي: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ٢٠٠٢).

ـ إن تطوير القدرات لمواجهة تحديات الاستعمار الإلكتروني والصورة السلبية التي صاغها الإعلام الدولي للعرب يظل مرهوناً بالقدرة على التخطيط المستقبلي، والتعامل مع تكنولوجيا الاتصال الرقمي، وتأسيس ثقافة إعلامية ذات مستوى. ويعتبر نبيل علي أن الإنترنت أصبحت «من أقوى أسلحة العولمة المضادة، والتصدي لمظاهر الظلم الفادح الذي تنطوي عليه اتفاقيات الغات بصيغها الحالية»[٤٥].

خاتمة

إن ما يبعث الأمل في النفوس لولوج عصر اتصالي شبه ليبرالي هو أن ثورة الإعلام العربي الرقمي هذه قد اندلعت أفكارها في أعماق المواطن المتلقي رسائل الإعلام الرقمي المتنوعة بصورة مباشرة، وهو ما يؤذن ببزوغ فجر نظام اتصالي جديد في الوطن العربي، تفرضه ظروف الحتمية التكنولوجية، وضغوط من العولمة، بما يقود إلى تحويل «الإعلام» إلى «اتصال جماهيري». ولا بد أن يؤثر هذا كله في تغيير البنية الفكرية للإنسان العربي، وينقله من نظام اتصالي سلطوي عاش فيه طويلاً إلى تباشير ليبرالية.

ورغم محاولات السلطات للإبقاء على الوضع القائم (The Status Quo) بما يخدم مصلحتها، وذلك بتعميق الشفاهية واستصدار وثائق تقيد العمل الإعلامي، وممارسة ضغوط باتجاه احتواء الإعلاميين، ومحاولات الإعلام الدولي المستمرة لاستعمار النفس العربية، فإن قدرة الإعلام على التغيير، وتوافقه مع مطالب الشعب بالإصلاح، سينعكسان على الدور المطلوب من الصحافة والإعلاميين، فيدفعان بهم إلى مساءلة السلطة. وستكون التحولات القادمة اجتماعية وثقافية فكرية واقتصادية وسياسية باتجاه ليبرالية مطورة تطاول المجتمع برمته، وتساعد الأمة على الصعود والنهوض. وهذه سنّة أثبتها تاريخ الاتصال.

ولأن الارتقاء بالعملية الإعلامية مطلب مرتبط، أولاً وأخيراً، بالصحافي الإعلامي العربي، فإن الأمل معقود على وعيه الأخطار الناجمة عن محاولات احتوائه من طرف قوى الداخل والخارج. فالصحافي ضمير الشعب وعينه، وهو وكيل لمجتمعه، وممثل له في السلطة الرابعة. وقد أصبح الصحافي العربي مستهدفاً من السلطة التي تريد إخضاعه بمختلف الأساليب، كما هو مستهدف من القوى الخارجية التي تريد أن توجهه لخدمة

---

(٤٥) نبيل علي، «عنف المعلومات وإرهابها،» في: **مستقبل الثورة الرقمية: العرب والتحدي القادم**، كتاب العربي؛ ٥٥ (الكويت: مجلة العربي، ٢٠٠٤)، ص ١٥٤.

أغراضها. وما يبعث على التفاؤل حقاً أن نظاماً اتصالياً مجتمعياً شبه ليبرالي بدأ يتشكل في وجدان المتلقي العربي وخارج دائرة النفوذ السياسي الحكومي؛ نظام ساهمت حتمية التكنولوجيا الرقمية في صوغه. هذا التغير يساند الصحافي في معركته ويحقق له النجاح؛ فالأرض مهيأة أمامه رغم انه سيشهد شداً منتظماً وقوياً من جانب الجهات التقليدية كي تعيد عقارب الساعة إلى الوراء.

الفصل السادس

معالجة نقدية لصناعة الخبر السياسي في وسائل الإعلام الجماهيرية(*)

حارث القرعاوي(**)

مقدمة

هذه الدراسة قراءة نقدية للدور الذي تؤديه وسائل الإعلام الجماهيرية (Mass Media) على صعيد صناعة الخبر السياسي، ونقل الرسالة الخبرية إلى المتلقّي، وطبيعة الآليات المتحكمة في هذه العملية، كما نمط الوعي الذي ينتج من الصيغ المهيمنة في نقل الأخبار، ولا سيما على صعيد معالجة القضايا والصراعات الدولية الحساسة. وهي تركز على القنوات التلفزيونية بشكل خاص، وبدرجة أقل على الصحف الجماهيرية المرتبطة باقتصاد السوق والمندمجة اطراداً بالعولمة الاقتصادية وما يقترن بها من صياغات ثقافية وإدراكية.

تحاول الدراسة تجاوز ونقد الصورة التقليدية التي ترسمها وسائل الإعلام عن نفسها، بوصفها «مرآة» للواقع، وبأنها تقوم بدور الناقل «الموضوعي» لما يجري في الحياة الواقعية. ورغم أننا نتجنب الوصول بالنقد إلى مستويات راديكالية، كتلك التي عبّر عنها بودريلارد في نظريته عن الاتصال الجماهيري[1]، بوصف هذا الأخير ماكينة

(*) نشرت هذه الدراسة، في: المستقبل العربي، السنة ٣٤، العدد ٣٩٣ (تشرين الثاني/ نوفمبر ٢٠١١)، ص ١٠١ ـ ١١٨.

(**) كاتب وباحث عراقي.

النظام الرمزية التي تشتغل عبر آلية المحاكاة لخلق واقع افتراضي وظيفته منع الناس من التواصل الحقيقي، فإننا نحاول المحاججة بأن الآليات والشروط والقيم المتحكمة في الصناعة الخبرية في وسائل الإعلام الجماهيرية تؤدي، بحكم تركيبتها وأنماط تفاعلاتها، إلى إنتاج الرسائل الإعلامية المضللة أو التبسيطية أو الموجهة.

ويقوم النقد الذي نعتمده على محاولة البرهنة بأن وسائل الإعلام الجماهيرية لا تؤدي الدور الذي تدّعيه لنفسها وتفترضه النظرية الديمقراطية، وهو الدور القائم على عنصرين أساسيين:

الأول هو أن تُقدَّم بشأن ما يجري فعلاً المعلومة الصحيحة والنقية، والمتّسمة بالجدية والعمق، وغير المتأثرة بالانحيازات السياسية أو الثقافية أو الاجتماعية، وذلك بهدف جعل المتلقّي أكثر وعياً وقدرة على تقبّل المعلومة بروح نقدية، وبالتالي تكوين وعي مجتمعي مبني على إدراك يقترب من الواقع، إن لم يطابقه.

والثاني، توفير حيّز حواري عام[٢]، وفق تعريف هابرماس، وظيفته استيعاب مختلف الرؤى والتصورات، ومقابلتها وتطوير تفاعلها، بما يعزز قدرة المجتمع على اتخاذ مواقف واعية ومدركة توجّه المنظومة السياسية ـ الاجتماعية نحو اعتماد الخيارات الأكثر صواباً.

وقد حاولنا، قدر الإمكان، أن نقدم هذه القراءة النقدية في ضوء الجدل المعاصر الدائر حول الدور السياسي لوسائل الإعلام وعلاقته بالنظام الاجتماعي ـ السياسي، مع تركيز خاص على وسائل الإعلام غير الخاضعة للسيطرة الحكومية المباشرة، ومحاولة ربط هذا النقاش ببعض مظاهر العمل الإعلامي في الأقطار العربية، بدون الدخول في الكثير من التفاصيل التي ربما نحيلها على مقالة أخرى أكثر تخصصاً.

ولأن جميع المصادر التي استندت إليها المقالة هي باللغة الإنكليزية، فقد اجتهدنا بتعريب المصطلحات، أو بتقديم ما نعتقد أنه المصطلح العربي الأقرب لما تعنيه تلك المصطلحات، بدون ادّعاء أن ترجمتنا استوفت معايير الدقة اللغوية المطلوبة.

---

(١) Jean Baudrillard, *Simulacra and Simulation*, translated by Sheila Faria Glaser (Michigan: University of Michigan Press, 1994).

(٢) وضع هابرماس نظريته في كتاب صادر بالألمانية عام ١٩٦٢. وقد توفرت ترجمته إلى الإنكليزية عام ١٩٨٩ واستندنا إليها في تعريب المصطلح. انظر: Jürgen Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into Category of Bourgeois Society* (Cambridge, MA: The MIT Press, 1989).

أولاً: إطار نظري ـ مفاهيمي

إن الخبر، بحسب توتشمان، هو «مورد اجتماعي تؤدي آليات تشكيله إلى إنتاج سلسلة من القيود والمحددات، التي تؤطر بدورها أشكال المعرفة التي يمكن إنتاجها وندعوها «الواقع»». هذه النظرية في فهم الخبر تتجاوز، بل تنقض، الصيغة المبسطة عن كونه مرآة للواقع؛ فهي تستبدل فكرة المرآة بفكرة الإطار، تلك التي عرّفها ببراعة إنتمان[٣] حينما أوضح أن صناعة الخبر هي عملية تأطير تقوم على «اختيار جوانب معيّنة من واقع مدرك، وجعل هذه الجوانب أكثر بروزاً في النص الخبري، وبهذه الطريقة يتم وضع حدود معيّنة تتحكّم في تعريف المشكلة وتفسيرها سببياً، وتقويمها أخلاقياً، وأيضاً في تصور سبل معالجتها». إن مجاز الإطار يشير إلى أن عملية تمثيل الواقع إعلامياً تشبه عملية رؤية الأمور من إطار الشباك، فصورة الواقع من الشباك تبدو حقيقية لكنها أيضاً محدودة بأبعاد إطار الشباك، وبزاوية الرؤية التي يوفرها، ما يعني أن ما نراه من خلال هذا الإطار، ومهما اقترب من حقيقة ما هو خارج الإطار، سيختلف بأي حال عمّا يمكن أن نراه لو كنا في وسط المجال الخارجي الذي يظل عصياً على استيعابه كما هو، لأن رؤيته تظل مشروطة بمكاننا منه، بمدى رؤيتنا ومدى صفاء تلك الرؤية.

هذا المفهوم يتجاوز سطحية، بل سذاجة، الاعتقاد أن الخطاب الإعلامي يمكن أن يكون خالياً من القيمة المعيارية؛ فصياغة الأخبار تتأثر بالسياق الاجتماعي والثقافي لمنتج الخبر ومتلقّيه، وتمثّل حواراً ضمنياً يعتمد لغة وترميزاً يفهمهما الناقل والمتلقّي. وبالقدر نفسه من الأهمية، وبحسب ما يوضح ريس[٤]، فإن هناك نمطاً من العلاقات والبنى السلطوية والمؤسسات السائدة لها يقوم بإنتاج وإعادة إنتاج أُطر وسياقات روتينية، مهمّتها إضفاء المعنى على العالم الخارجي؛ فالأحداث تكتسب معناها بالطريقة التي نعتمدها في وصفها، وهذه الطريقة ليست مجردة من نظام المعنى الذي تنتجه المجتمعات ويتمثّله الأفراد عبر عملية التنشئة الاجتماعية. إن وصفنا للموضوعات الاجتماعية هو في الحقيقة تعبير عن احتكاك ذاتياتنا، مع جميع ما تحمله

(٣) Robert M. Entman, «Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm,» *Journal of Communication*, vol. 43, no. 4 (1993), p. 52, <http://www.blackwell-synergy.com/doi/pdf/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x?cookieSet=1>.

(٤) Stephen D. Reese, «Prologue: Framing Public Life: A Bridging Model for Media Research,» in: Stephen D. Reese, Oscar Gandy and August Grant, eds., *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*, Routledge Communication Series (London: Routledge, 2003).

من قيم وتصورات وانحيازات، بتلك الموضوعات. وبالتالي، فإن عملية الوصف بذاتها هي تجريد لها من «موضوعيتها»[٥].

واستناداً إلى هذه الفرضيات، التي أخذت منذ السبعينيات تعيد تشكيل الكثير من معارفنا الاجتماعية وفهمنا لدور وسائل الإعلام، فإن النظريات ما بعد الحداثية، لا سيما تلك التي اعتمدت المنهج التكويني (Constructive Approach)، صارت تميل إلى الإشارة إلى الوظيفة الاجتماعية لوسائل الإعلام عبر مفهوم «الواقع المعالج إعلاميـاً» (Mass Mediated Reality)، حيث يتم التركيز على التشكيل الاجتماعي للمعنى، وهو التشكيل الذي تقوم في إطاره وسائل الإعلام بنقل الموضوعات إلى داخل الخارطة الذهنية والإدراكية، التي تبنى اجتماعياً عبر أنماط ثقافية تعززها أنماط معيّنة من التبادلات الاجتماعية وعلاقات السلطة[٦]. من هنا، فإن صناعة الخبر هي عملية أيديولوجية ورمزية تهدف إلى دعم أو نقض قراءة معيّنة للواقع. وبالتالي، فإن كل خبر «منحاز» بطريقة أو أخرى، وإن عن غير قصد. وإذا استخدمنا عبارة مانينغ (٢٠٠١)، فما دام لكل نص معنى، فإن بنية هذا النص تقصي المعاني الأخرى بصورة آلية.

هناك شبه اتفاق داخل المدرسة التكوينية ولدى معظم الاتجاهات النقدية على أن وسائل الإعلام الجماهيرية تؤدي دوراً في شرعنة، أو الحفاظ على الأمر الواقع، بما ينطوي عليه من توزيع للسلطة، ونمط من العلاقات الاجتماعية القائمة على الهيمنة والاستتباع والتهميش. ولئن كان هذا الأمر مفهوماً في حالة وسائل الإعلام الرسمية داخل الأنظمة الشمولية، فإنه لا يبدو مختلفاً جداً في حالة وسائل الإعلام المهيمنة في الدول الرأسمالية ـ الديمقراطية، مع ضرورة الإقرار بوجود اختلافات كمية ونوعية بحسب النظام الاجتماعي ـ السياسي السائد. يعيدنا ذلك إلى التفسير الماركسي لوسائل الإعلام بوصفه أداة لدى الطبقة البرجوازية لإدامة هيمنتها إدراكياً، وشرعنة النظام الاجتماعي القائم على استغلال الطبقة العاملة، رغم الاختلاف بين الماركسيين حول ما إذا كان هذا الدور بنيوياً أم أداتياً[٧]. ومثل هذا التحليل نرى صداه في المدارس

---

(٥) Erving Goffman, *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience* (London: Penguin Books, 1974).

(٦) Karen S. Johnson-Cartee, *News Narratives and News Framing: Constructing Political Reality* (Oxford: Rowman and Littlefield, 2005), and Frank D. Durham, «Breaching Powerful Boundaries: A Postmodern Critique of Framing,» in: Reese, Gandy and Grant, eds., *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*, pp. 123-136.

(٧) Graham Murdock, «Class, Power, and the Press: Problems of Conceptualization and Evidnce,» in: Harry Christian, ed., *The Sociology of Journalism and the Press* (New Jersy: University of Keels, 1980), pp. 37-70.

النقدية الحديثة التي طورته عبر التخلّي عن المضامين القديمة للنظرية الماركسية وما تنطوي عليه من زخم أيديولوجي، إلا أنها ظلت تواجه تبايناً بين الفهم البنيوي والفهم الأداتي انعكس في طريقتين للتحليل، **إحداهما** تتبنّى تحليلاً ماكروياً يركز على الإطار الاجتماعي والثقافي والسياسي الذي يوجّه الصناعة الخبرية، وعلى تحليل العناصر البنيوية وعلاقات السلطة الكامنة، في حين تتبنى **الثانية** تحليلاً ميكروياً يفضّل التعامل مع الصيغة الخبرية بذاتها، وما يقف وراءها من علاقات وعوامل مؤسساتية توجّه الصناعة والمعالجة الحرفية للأخبار، استناداً إلى ما يُعرف بالقيم الصحفية، وهو منهج مثّله توتشمان بامتياز.

ونحن نميل إلى القول إن الصيغ الخبرية ناتجة من التفاعل بين العوامل البنيوية والتنظيمية، وهو تفاعل معقّد يحتوي على أبعاد سياسية واجتماعية وثقافية واقتصادية ومؤسساتية، ويؤدي إلى إنتاج ما يُعرف بالاتجاه السائد (Main Stream)، الذي يقوم على مطابقة الأجندة الإعلامية مع الأجندة السياسية، وينتج حدوداً لما أسمته هالين «مجال الخلاف المشروع»[٨]. بعبارة أخرى، إن المؤسسات الإعلامية الكبرى، وعبر تشابكها مع المؤسسات الاقتصادية والسياسية المهيمنة، تسهم في توجيه الرأي العام نحو أجندة سياسية معيّنة تتضمن كل ما يسمح به التحالف الاجتماعي المهيمن، وتستبعد كل ما ينطوي على مساءلة للأساطير والسرديات الأساسية التي يُبنى عليها النظام السياسي ـ الاجتماعي[٩]. لا يعني ذلك بالضرورة أن وسائل الإعلام لا تقوم بدور محفز على التغيير، لكنه تغيير يواكب التغيير ويطوره ويتكيف معه في اتجاهات النظام وتحالفاته الاجتماعية. كما أنه لا يعني بالضرورة غياب طرح إعلامي خارج عن مجال الاختلاف المشروع (ربما يمثّل مايكل مور هذا الاتجاه في أمريكا)، لكنه يعني أن طبيعة التشابكات بين المؤسسات الإعلامية ونظام القوة السائد تمنح موارد أكبر في التأثير لصالح القنوات والصحف التي تعيد إنتاج الاتجاه السائد.

وهناك ثلاثة مفاهيم نظرية حول الصناعة الخبرية تحاول شرح الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام ضمن النظام السياسي، بمعناه الواسع الذي لا يقتصر على المؤسسات الفوقية بل يشمل البنى والعلاقات والتحالفات الاجتماعية الداعمة لها.

---

(٨) Daniel C. Hallin, *The «Uncensored War»: The Media and Vietnam*, with a New Preface (London: University of California Press, 1989).

(٩) Edward S. Herman and Noam Chomsky, *Manufacturing Consent: The Political Economy of Mass Media* (London: Vintage Books, 1994).

المفهوم **الأول** هو تحديد الأولوية (Priming)، ويشير إلى أن دور وسائل الإعلام هو في تركيز الانتباه على حدث معيّن أو شخصية معيّنة أو تصور معيّن، ودفعه في هذه الحالة إلى الاهتمام الشعبي بطريقة تعيد صياغة الأولويات وتهمّش قضايا أخرى قد تكون فعلياً أكثر أهمية (التركيز على وفاة الأميرة ديانا أو المغنّي مايكل جاكسون مثلاً).

المفهوم **الثاني** هو وضع الأجندة (Agenda Setting)، التي من خلالها تحدّد وسائل الإعلام للمتلقّين ما هو مهم أو جدير بالتداول. وقد عبّر كوهين عن هذا المفهوم بالقول «قد لا تكون وسائل الإعلام ناجحة في تعليم الناس كيف يفكرون، لكنها ناجحة بالتأكيد في تعليمهم بماذا يفكرون»(١٠).

أما المفهوم **الثالث**، الذي سبق أن ذكرناه بسبب أهميته وشموليته وعلاقته الخاصة بالصناعة الخبرية، فهو التأطير، الذي يعرّفه تانكارد(١١) بأنه «مبدأ مركزي ينظم المحتوى الخبري بشكل يعرّف ويفسر ماهية الخبر عبر استخدام تقنيات الاختيار والتأكيد والإقصاء والإدماج»؛ فحينما تقول صحيفة إسرائيلية إن الجنود الإسرائيليين قصفوا مدرسة فلسطينية، ثم تُتبع ذلك بعبارة «ويشتبه أن إرهابيين تابعين لحماس كانوا موجودين في هذا الموقع...»، وحينما تشير قناة تلفزيونية عربية إلى تفجير سيارة مفخخة في سوق شعبي في بغداد ثم تردف بعبارة «ويُعتقد أن دورية أمريكية كانت موجودة في الموقع قبل الانفجار»، نكون هنا أمام صيغ تقليدية للتأطير القصدي للخبر السياسي، وإيصال رسالة معيّنة إلى المتلقّي. ويسهل العثور على هذه التقنيات في معظم ما تتناقله وسائل الإعلام، ولا سيما الأقل احترافية، من أخبار.

بالنسبة إلى بعض الباحثين، فإن وسائل الإعلام لا تكتفي بإعطاء الخبر طابعاً تأويلياً انتقائياً، بل تقوم أيضاً بتكوين وعي مخطئ ومشوّه، أي نسخة غير حقيقية لـ «الحقيقة»، تصبح عبر التداول والتكرار حقيقة مسلّماً بها في أذهان الناس(١٢). هنا ربما نقترب مجدداً من التحليل الراديكالي لبودريلارد، الذي عبّرت عنه مقالاته قبل حرب الخليج الثانية عام ١٩٩١ وخلالها وبعدها، ويمكن اختصارها بعبارة «إن حرب الخليج

(١٠) Herbert J. Altschull, *Agents of Power: The Media and Public Policy* (New York: Longman, 1995), p. 14.

(١١) James Tankard, «The Empirical Approach to the Study of Media Framing,» in: Reese, Gandy and Grant, eds., *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*, p. 100.

(١٢) Stuart Hall [et al.], «Policing the Crisis,» in: Howard Tumber, ed., *News: A Reader*, Oxford Media Readers (Oxford: Oxford University Press, 1999), pp. 249-256.

لم تقع!». في تلك المقالات، قدّم بودريلارد تحليلاً ثاقباً حول شكل الحرب الحديثة التي نقلتها وسائل الإعلام الغربية والقائمة على صور الأقمار الاصطناعية، التي تصور صواريخ عالية الدقة تنطلق نحو أهدافها، ولا تلقي بالاً لوجود الناس ومعاناتهم، ولشكل الحرب التقليدية التي تسفر عن أعداد كبيرة من الضحايا. كانت تلك الصورة محاكاة للواقع هدفها إنتاج واقع افتراضي مواز يصبح عبر التداول الواقع الحقيقي. يعبّر ذلك، في نظر بودريلارد، عن طبيعة الدور الذي صار لوسائل الإعلام في مجتمع الاستهلاك، عبر ما أسماه المحاكاة(١٣).

ثانياً: وسائل الإعلام الخبرية وإنتاج المعنى

يمكن فهم دور وسائل الإعلام السياسي كأداة للهيمنة الأيديولوجية عبر تمثّل التحليل الغرامشي، الذي يرى أن هيمنة الطبقة الحاكمة تعتمد على الاختراق والتثقيف الأيديولوجي للطبقات الخاضعة من خلال الهندسة الذهنية لضمان هيمنتها. الهيمنة بالنسبة إلى غرامشي تتحقق عندما تقوم قطاعات واسعة من السكان ليس فقط بقبول المفاهيم والأفكار التي تتبنّاها الطبقة السياسية المهيمنة، بل أيضاً بالتسليم بهذه المفاهيم والأفكار باعتبارها نتاجاً لإجماع المجتمع. يقود ذلك إلى إقصاء الأفكار والمفاهيم المضادة ونزع الشرعية عنها، وتهميش أي أُطر أيديولوجية بديلة عبر جعل الإطار الأيديولوجي المهيمن الإطار الوحيد القابل للتفكير فيه. ويقوم التأطير الإخباري بعملية مماثلة عبر ما يستهدفه من تقوية (أو محافظة على) نمط من التصورات والمدركات، وهندسة للإجماع، وتكرار يستهدف خلق حالة من التعوّد على تلك التصورات، بما يجعلها تبدو تصورات مسلَّماً بها ومستندة إلى تقبّل اجتماعي جامع. وقد ذهبت إلى ما يقترب من ذلك نظريات تحليل الخطاب، ولا سيما تلك التي تضيء البُعد الاجتماعي ـ السياسي ودوره في إعادة إنتاج علاقات القوة عبر الصياغة النصية. هنا تتأكد أهمية عملية إنتاج الاتجاه السائد، بما تعنيه من إنتاج للمعنى المتعارف عليه، والافتراضات المشروعة التي يستخدمها الناس لتفسير عالمهم. وهنا أيضاً تتجسد خطورة قبول المتلقّي ما يقدمه الإعلام من أخبار بوصفها وقائع مسلماً بها(١٤).

---

(١٣) Noha Mellor, *The Making of Arab News* (Oxford: Rowman and Littlefield, 2005).

(١٤) Durham, «Breaching Powerful Boundaries: A Postmodern Critique of Framing,» in: Johnson-Cartee, *News Narratives and News Framing: Constructing Political Reality*.

ينبغي الحذر من الفهم المبسَّط لمفهوم الطبقة المهيمنة، أو حتى من تكرار التعريف الماركسي لها. ولا بد من إدراك أن هذه الطبقة لا تعني الحكومة بالضرورة، رغم أن الشخوص الذين يشكّلون الحكومة قد يكونون جزءاً منها. ووجود طبقة مهيمنة لا يعني بالضرورة أنها طبقة منفردة وواعية بذاتها بقدر ما يعني التعبير عن أنماط من التحالفات الاجتماعية المبنية على علاقات القوة، وما يغذيها وتغذيه من أطر فكرية ومعيارية. وربما يقدم نموذج البروباغندا الذي اقترحه تشومسكي وهيرمان(١٥) تحليلاً مهمّاً لدور الإعلام المهيمن في الولايات المتحدة، ويعرف علاقته المعقدة بالتحالفات الاجتماعية المسيطرة؛ فهما يشيران إلى أن الوظيفة الاجتماعية لوسائل الإعلام في الولايات المتحدة تقوم على غرس والدفاع عن الأجندة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للمجموعات التي تحظى بمنزلة أرقى على سلّم القوة وتهيمن على المجتمع والدولة. ووسائل الإعلام تخدم مصالح هؤلاء بعدة طرق، مثل اختيار الموضوعات، وتحديد الاهتمامات ومصادر القلق، وتأطير القضايا وتنقية المعلومات، عبر صيغ التشديد والنغمة التعبيرية، وعبر الحفاظ على النقاش ضمن حدود المسلّمات المقبولة. لذلك، فإن تهميش هؤلاء الذين لا يحظون بالأفضلية في البنية الاجتماعية ـ السياسية يجري بصورة طبيعية جداً، بحيث لا يستطيع صانعو الأخبار إدراك ذلك وهم يقدمون أخبارهم عبر ما يعتقدون أنه طريقة موضوعية. يحدث ذلك كله بطريقة تلقائية وطبيعية جداً، بحيث تغدو المؤثرات والآليات المذكورة غير مرئية حتى بالنسبة إلى المنخرطين المباشرين في هذا العمل(١٦).

إن فهم حدث معيّن يتطلب موضعته ضمن خارطة ذهنية تساعدنا على فهم العالم، ومنه نستمد مصادرنا لتصنيف هذا العالم وتأويله. ووسائل الإعلام تسهم في تيسير هذه العملية عندما تقدم «العالم» إلى الجمهور بطريقة تتفاهم مع مكوناتنا الإدراكية والثقافية، أي إنها تنقل الحدث من حيّزه «الأجنبي»، لا بالمعنى الجغرافي فقط بل بالمعنى الذهني أيضاً، إلى حيّزنا الذي نتشاطر فيه المعاني والتصورات والقيم(١٧). هنا، يحقق التأطير الخبري غايات أيديولوجية من خلال ما يؤديه من دور استراتيجي في جذب عدد أكبر من المتلقّين وفي تعبئة الجمهور باتجاه موقف، ومن ثم باتجاه فعل معيّن. إنه يغدو عملية ذات عناصر إدراكية وثقافية تحكمها انحيازاتنا النفسية والبنى الثقافية القائمة على مركزة مفاهيم معيّنة وتهميش أخرى. وهو يعيد أحياناً إنتاج التضامن الاجتماعي

(١٥) Herman and Chomsky, *Manufacturing Consent: The Political Economy of Mass Media.*
(١٦) Johnson-Cartee, Ibid.
(١٧) Stuart Allan, *News Culture* (Philadelphia, PA: Open University Press, 1999).

والثقافي الميكانيكي عبر إنتاج «معان مركزية» توحد المجتمع وتمنعه من الانقسام. ومن المهم ملاحظة أن للخبر بُعداً سردياً يمنح كاتبه أو صانعه سلطة السرد، وبالتالي التأويل. ويتفق الباحثون على أن القصص الخبرية تحكمها قيود لغوية بالإضافة إلى القيود الأيديولوجية؛ فاللغة منتوج ثقافي، وبالتالي لا تستطيع الإفلات بسهولة من خيارات النظام الثقافي الشامل وسلطته. تمارس اللغة بدورها سلطة على النص الخبري، فتسهم إلى حد كبير في تقرير ما يمكن معرفته. كما أن مزيج الكلمات في الجملة الخبرية وطريقة تشكيل هذه الجملة (مثلاً عبارات من قبيل : ويذكر أنه، ما يعرف، ادعى، زعم، كشف، الاحتلال، المقاومة، الإرهاب...) يقترحان بالضرورة قراءة معيّنة للحدث، وتوزيعاً معيّناً للمسؤوليات في إطاره[18].

يصعب على الصحفيين وصنّاع الخبر التخلي عن انحيازاتهم الأيديولوجية والثقافية، لأن الكثير من هذه الانحيازات تقبع وراء الوعي، فلا تبدو ظاهرة لهم؛ فالإنسان عندما يفهم الأشياء يلجأ إلى خارطة المعاني المكتسبة في جلّها لإعطاء معنى لما يدركه، وهو غير قادر على الاستعانة بخارطة بديلة لا يمتلكها. ورغم أن الصحفيين يختارون في كثير من الأحيان الانحياز بطريقة واعية ومقصودة، فإنهم لا يفعلون ذلك عمداً في أحيان كثيرة أخرى؛ إنهم ببساطة يعملون وفقاً لأنماط تعيد إنتاج الانحياز غير المقصود بوصفه طريقة لفهم الأشياء[19].

يمكننا اليوم أن نعثر على الكثير من الأمثلة الإعلامية على صياغات خبرية تستهدف تفضيل تأويل معيّن للحدث، ويمكننا بقدر معقول من المعلومات أن نفهم قصدية الانحياز وأسبابه والطابع المتعمد له، لكن، وكما يرى تانكارد[20]، فإن التأطير الخبري أعقد من أن يكون مبنياً فقط على عنصر الانحياز؛ إنه يذهب بعيداً عن ثنائية المفضل وغير المفضل، الإيجابي والسلبي، ذلك بأن سلطته الأيديولوجية الأساسية تكمن في قدرته على تعريف الحدث ووضع شروط تأويلية له لا تكتسب أي معنى خارج سياق هذه السلطة، وفي الوقت نفسه، تبدو التقنيات التأطيرية في داخله غير مرئية حتى بالنسبة إلى صانعه أحياناً.

---

(١٨) Jaap van Ginneken, *Understanding Global News: A Critical Introduction* (London: Sage Publications, 1998); Kirk Hallahan, «Seven Models of Framing: Implications for Public Relations,» *Journal of Public Relations Research*, vol. 11, no. 3 (1999), pp. 205-242, and Tankard, «The Empirical Approach to the Study of Media Framing».

(١٩) Gaye Tuchman, *Making News: A Study in the Construction of Reality* (London: Collier Macmillan Publishers, 1978).

(٢٠) Tankard, «The Empirical Approach to the Study of Media Framing».

يبدأ التأثير الأيديولوجي في مرحلة ما قبل صناعة الخبر؛ فهذا الأخير ليس منتَجاً معروضاً بذاته ومستقلاً عن خيارات صانعه، ذلك أن الأخبار لا تتكلم على نفسها كما يدّعي بعض التبسيطيين، بل إنها نتاج عملية اختيار تحكمها شروط ومتطلبات، فصناعة خبر تعني إدخال مدخل جديد إلى حيّز التلقّي؛ إنها محاولة واعية أو غير واعية للتأثير في أنماط التفاعلات داخل هذا الحيّز، وإن يكن هذا التأثير يتدرج ويتنوع بحسب المباشرة التي تتسم بها علاقة الخبر بالمحيط الاجتماعي المتلقّي، أو بحسب دراماتيكيته، كما سنوضح لاحقاً، وبالتالي، فإنها عملية استدعاء للحدث من فضائه الاعتباطي إلى فضاء المعنى، وموضعته ضمن خارطة المعاني التي تشكّل أساس معرفتنا الثقافية وفهمنا للعلاقات بين الأشياء ولموقع الأشياء بعضها إزاء بعض كما لموقعنا نحن إزاءها. من هنا ينطلق جونسون ـ كارتيه[٢١] بالقول: «إن من بين ملايين الأحداث التي تقع يومياً في عالمنا، هناك نسبة صغيرة جداً تغدو مرئية بوصفها «قصصاً إخبارية محتملة»، منها نسبة صغيرة قابلة لأن تصبح أخباراً فعلية تقدم عبر وسائل الإعلام الإخبارية. إننا نتعامل هنا مع «بنية عميقة» تبدو وظيفتها كجهاز انتقائي غير واضحة حتى لدى أولئك الذين يُفترض أنهم قائمون عليها».

إن معظم وسائل الإعلام الإخبارية في الولايات المتحدة والغرب، وحتى في بعض البلدان العربية، تتبنّى ما تعرّفه بأنه معالجة موضوعية ومحايدة ومتوازنة للحدث السياسي، لكن التأثير السياسي يجد عادة طريقه إليها، ويعبّر عن ذلك، كما يرى بينيت[٢٢]، حقيقة أن معظم القصص الإخبارية تدور حول طبقة من السياسيين الرسميين الذين يؤدون أدواراً نمطية في الدراما السياسية.

أما بريوير[٢٣]، فقد أجرى قياساً للتأثير المباشر للمحتوى الإعلامي في مواقف المتلقّين، مستنتجاً أن عندما تقوم وسائل الإعلام الإخبارية بتقديم دولة أجنبية بوصفها مهددة للمصلحة القومية، تصبح تلك الدولة في موضع التشكيك أو الرفض لدى المتلقّي. وعندما تنخرط «أمتنا» في صراع عسكري خارجي، تبدأ وسائل الإعلام هذه، ومهما تبلغ ادعاءات الموضوعية لديها، بتغليب خطاب «وطني»، وإضفاء الطابع الرسالي على ذلك الصراع مع خصم غالباً ما يبالَغ في شيطنته وفي التركيز على سلبياته. وإذا كان النمط الدعائي سهل الانكشاف في الإعلام التابع لدول غير ديمقراطية، ولا

(٢١) Johnson-Cartee, *News Narratives and News Framing: Constructing Political Reality*, p. 115.
(٢٢) W. Lance Bennett, *News: The Politics of Illusion*, 6th ed. (New York: Pearson, 2005).
(٢٣) Paul R. Brewer, «National Interests Frames and Public Opinion about World Affairs,» *Harvard International Journal of Press/Politics*, vol. 11, no. 4 (2006), pp. 89-102.

يمتلك استقلالية عن القرار السياسي، فإنه في بعض الأحيان ليس أقل وضوحاً في الإعلام «المستقل» في الدول الديمقراطية.

يقول بينيت[٢٤]: إن الإعلام الأمريكي تجاهل في معظم الصراعات التي كانت الولايات المتحدة أحد أطرافها الكثير من الحقائق حول «العدو»، وغلّب التغطية العاطفية، لا سيما تلك التي تحيي «قواتنا» ودورها الوطني. لكن تأثيراً سياسياً أكبر يتجلى في الدور الذي يقوم به السياسيون كمصادر للمعلومات، وهو ما يسهل عليهم صياغة الأجندة، وأحياناً السردية الخبرية ذاتها، لا سيما عندما يتعلق الأمر بالقضايا الدولية، وحيث لا يمتلك المتلقّي تصوراً واضحاً حولها، في الوقت الذي لا تستقطب اهتماماً رئيسياً من وسائل الإعلام[٢٥].

من هنا، يمكن أن نفهم لماذا تُبرَز ديكتاتورية زعيم عالم ثالثي ما ويتم التغاضي عن ديكتاتورية غيره، فالعالم الخارجي يقع أحياناً كثيرة خارج اهتمام المتلقّي العادي والمستهلك للصورة، والمتسم غالباً بقلّة الوعي السياسي وبالتالي بسهولة انقياده للتأويل والتصنيف اللذين يقدَّمان له عبر الإعلام. ويشير الترمان[٢٦] إلى أن كثيرين يعتبرون أن الإعلام الأمريكي ينظر إلى العالم بعيون الرجل الأبيض، متجاهلاً في الغالب الخصوصية الثقافية للمجتمعات الأخرى، وسالخاً الحدث من بيئته الخاصة، ومسقطاً عليه المعايير الثقافية الذاتية. طبعاً ليس ذلك حكراً على الإعلام الأمريكي، فنماذجه في الإعلام العربي كثيرة، كما أن فجاجته أكثر عادة. الخبر الدولي خصوصاً يدور حول ما يجري «هناك»، ويتم نقله إلى «هنا» عبر وسيط يستخدم أدوات ومفاهيم وصياغات «تسلخ» الحدث عن واقعه لتجعله طيعاً لـ «محليتنا»، والأخطر عندما يحصل ذلك مترافقاً مع تأكيد التمايز بين الـ «نحن» والـ «هم» عبر تكريس الأولى كنموذج أرقى يتسم بأنه طبيعي وعادي، في الوقت الذي تبدو الثانية أحياناً تعبيراً عن اللاعقلانية، أو ربما عن الهمجية[٢٧].

وفي ظل العولمة المتزايدة وتصاعد فرص الاحتكاك مع الآخر ومراقبة سلوكه، تخاطر وسائل الإعلام أحياناً بتبسيط ما يفعله الآخر، منتجة حساسيات ثقافية ترتبط في بعض الأوقات بسوء تأويل الفعل، ولكن في بعض الأحيان يغدو السعي إلى توظيف

---

(٢٤) Bennett, Ibid.

(٢٥) James Winter, *Lies the Media Tell Us* (Montreal: Black Rose Books, 2007).

(٢٦) Eric Alterman, *What Liberal Media: The Truth about Bias and the News* (New York: Basic Books, 2003).

(٢٧) Bennett, *News: The Politics of Illusion.*

هذه الحساسيات في الجذب الإعلامي، وبفعل التعود على فكرة أن المتلقّين يميلون إلى مشاهدة الحدث الاستثنائي وغير التقليدي وربما المستفز، سبباً في إنتاج صراعات خارج عالم وسائل الإعلام. وقد رأينا ذلك في قضية الرسوم الدنماركية، وفي طريقة التعمد في تقديمها إلى الجمهور المسلم بوصفها حدثاً مهماً ويستدعي الانتباه.

ثالثاً: السوق والتسويق وصناعة الخبر

تعتقد النظرية الليبرالية التقليدية أن المِلْكية الخاصة لوسائل الإعلام تحافظ على استقلاليتها عن السيطرة الحكومية، وهو ما يساعدها على تأدية دور السلطة الرابعة بشكل فعّال. كما أن الطبيعة التنافسية للسوق ستسهم دائماً في ظهور مقاربات جديدة عبر منابر إعلامية بديلة تتنافس بعضها بعضاً بطريقة تمنح المتلقّي ـ المواطن خيارات متعددة ووجهات نظر مختلفة تتقارع بمنطق جدلي هدفه الإقناع الإيجابي. بهذه الطريقة، تكون وسائل الإعلام قد قامت بدورها المفترض كحيّز للحوار العام؛ أمر قد نرى نماذجه في كثير من البلدان الديمقراطية، لكن تقيّد بحدود معيّنة هذه الرؤية الليبرالية المثالية. وإذا لم يكن الجميع قادراً على أن يدرك هذه الحدود أو أن يتجاوز بفكره ما يُتداول في الحيّز الإعلامي، فإن آخرين يدركون أن وسائل الإعلام الجماهيرية غالباً ما تقوم بدور منتدب كوكيل لسلطة أو لقراءة فكرية معيّنة[٢٨]، بدون أن يعني ذلك إغفال حقيقة أن نمط «الوكالة» هذا أكثر تعقيداً في المجتمعات المتقدمة عنه في البلدان النامية، لا سيما البلدان المحكومة بأنظمة شمولية أو سلطوية تستغل الإعلام عادة في عملية التنشئة الأيديولوجية، أو غرس قيم الطاعة والرضوخ، أو في أبسط الأحوال تكريس حس عدم المبالاة السياسية لدى المتلقّي. وقد رأينا نماذج لهذا النمط في الديكتاتوريات العربية التي غالباً ما استخدمت، وما زال بعضها يستخدم عبر إعلامه الرسمي أنماطاً ساذجة من الرسائل الإعلامية، التي يغدو فيها الدور التمثيلي الذي يؤديه الإعلام لصالح السلطة جلياً وغير قابل للمساءلة، لكننا شهدنا منذ ثورة الأقمار الاصطناعية (الساتيلايت) تحولاً نوعياً تمثّل في ظهور القنوات الفضائية الجماهيرية ذات الصفة غير الرسمية، والممارسة لدور الوكالة بطريقة أكثر تعقيداً تحاكي ما يجري في وسائل الإعلام الغربية، فنجحت عادة في جذب انتباه الجمهور بعيداً عن قنواته الرسمية المحلية، لا سيما عند تعلق الأمر بالقضايا الخارجية والصراعات الإقليمية.

---

(٢٨) Altschull, *Agents of Power: The Media and Public Policy.*

هنا لا أود الذهاب بعيداً إلى حد مشاركة مارك لينش[٢٩] تفاؤله «البريء» حيال نجاح تلك القنوات في أن تصبح «صوتاً للجمهور العربي»، إلا بقدر ما يعني ذلك أنها أسهمت في الحد من خضوعه لسطوة الرسائل الإعلامية الرسمية، لكن ليخضع لسطوة من نمط آخر هي سطوة الرسائل التي تمثّل (عبر طرق التمثيل الأكثر تعقيداً واحترافية) مصالح إقليمية أوسع. ولذلك، نرى الممولين والساندين الحقيقيين لتلك القنوات، وهم أثرياء رسميون أو شبه رسميين، يتفاوضون عبر الحكومات حول نمط التغطية الإعلامية (كما في حال مباحثات الحكومتين القطرية والسعودية بشأن تغطية قناة الجزيرة للمواقف السعودية)[٣٠].

البعض يرى أن علاقة وسائل الإعلام بالملكية الاقتصادية لا يمكن أن تفهم إلّا عبر نموذج الاقتصاد السياسي، وهؤلاء يجادلون بأن الملكية الخاصة ستنتهي إلى تراكم السيطرة الإعلامية في أيدي فئة قليلة من المالكين ما سينتج نوعاً من الاحتكار المالي ـ الإعلامي، وبالتالي سيصبح حيّز الحوار العام ضيقاً ومقتصراً على أجناس محددة من المواقف ووجهات النظر، أما الرؤى المهمشة أو البديلة فلن تكون قادرة على إسماع صوتها بسبب الافتقار إلى الموارد والتوزيع غير المتساوي للسلطة داخل المجتمع[٣١]. إن وسائل الإعلام الإخبارية خضعت للكثير من عمليات الاستقطاب والاندماج والتفكك نتيجة العولمة الاقتصادية المتزايدة، ورصد البعض اتجاهاً واضحاً نحو تركيز الملكية بطريقة منحت بعض كبار المستثمرين في اقتصاد وسائل الإعلام قدرة احتكارية عالية، وبحسب بينيت[٣٢] فإن أول تأثير لهذا السلوك الاحتكاري سيتمثل في إخراج وسائل الإعلام الصغيرة التي تمثل قيماً غير تجارية من ساحة التنافس، بل

(٢٩) Marc Lynch, *Voices of the New Arab Public: Iraq, Al-Jazeera, and Middle East Politics Today* (New York: Columbia University Press, 2006).

(٣٠) فالكثيرون يعزون استمرار التوتّر بين الحكومتين القطرية والسعودية إلى طبيعة الرسائل الإعلامية التي كانت تقدمها قناة **الجزيرة** المموّلة من قطر، حيث رأت فيها الحكومة السعودية موقفاً سلبياً إلى الحدّ الذي دفع أمراء في الأسرة السعودية الحاكمة إلى رعاية وتمويل قناة منافسة هي **العربية**، التي تبنّت قراءة أيديولوجية وسياسية مخالفة لـ «الجزيرة»، وخطاباً سلبياً تجاه قطر. وقد أشار وورث في صحيفة **نيويورك تايمز** إلى أن الأمير القطري زار السعودية وفي صحبته مدير «الجزيرة»، وكان موضوع التراشق الإعلامي حاضراً في المفاوضات، وتمّ الاتفاق على تخفيف اللهجة الإعلامية بين الطرفين. وقد لاحظ البعض، كما يرى وورث، أن الجزيرة أخذت بعد المفاوضات تتناول القضايا والمواقف السعودية بنوع من النغمة الودّية أو غير السلبية، انظر: Robert F. Worth, «Al-Jazeera No Longer Nips at Saudis,» *New York Times*, 4/1/2008, <http://www.nytimes.com/2008/01/04/world/africa/04iht-04jazeera.9019066.html>.

(٣١) Winter, *Lies the Media Tell Us*, and Nick Couldry, *Media Rituals: A Critical Approach* (London: Routledge, 2003).

(٣٢) Bennett, *News: The Politics of Illusion*.

إن المالكين سيتمكنون من استبعاد أو السيطرة على أي نوع من الأخبار التي قد تؤثر سلباً في مصالحهم التجارية أو تلك التي تسائل النظام الاجتماعي ـ السياسي الذي منه استمدوا نفوذهم وقوتهم(٣٣). لنتذكر هنا الدور الذي قام، ويقوم به روبرت موردوك عبر سيطرته على طيف واسع جداً من وسائل الإعلام عالمياً إلى درجة اضطُرت توني بلير إلى عقد اجتماع معه لكسب ودّه عندما كان يسيطر على صحيفة **الصن**، وعندما كان بلير يشرع في إعادة تأهيل حزب العمال لخوض الانتخابات في منتصف التسعينيات(٣٤). وهناك أيضاً رئيس الوزراء الإيطالي سيلفيو بيرلسكوني الذي نجح بفضل إمبراطوريته الإعلامية في إنتاج تأثير غير مسبوق في السياسات الإيطالية وفي تأمين الفوز الانتخابي لحزبه مرتين، بل وفي حجب كثير من الفضائح الشخصية التي طاولته ولا تجدها سوى في الإعلام المعارض الذي لا يحظى بالنفوذ نفسه والذي دأب بيرلسكوني على التشكيك في مصداقيته عبر وصفه بالإعلام الشيوعي! وقد كان الصحفي الأمريكي ليترمان واضحاً عندما كتب « ليس المراسلون ولا المحررون هم من يقرر نوعية الأخبار وإنما هم مالكو وسائل الإعلام»(٣٥). من هنا، كانت هيئة الإذاعة البريطانية (بي بي سي) ظاهرة استثنائية ولافتة، على الأقل في العالم الأنغلوسكسوني، من حيث كونها مؤسسة إعلامية ممولة من المال العام وغير خاضعة لسيطرة الحكومة، وهو ما يمكّنها من أن تقدم في الكثير من الأحيان نسخة رصينة من القراءة الإخبارية والمتابعة الإعلامية المتحررة من ضغط مصالح المالكين والمعلنين والسياسيين البريطانيين، لكن مثل هذا النموذج قد لا يُكتب له النجاح إلا في ظل نظام ديمقراطي راسخ.

إن وسائل الإعلام الخاصة تحاول تجنب أي نوع من التغطية التي قد تزعج المعلنين فيها وتدفعهم إلى النفور منها؛ فبالنظر إلى أنها مؤسسات ربحية، فإنها تحتاج إلى المحافظة على جاذبيتها الإعلانية وعلى قدرتها التنافسية كهدفين يعزز أحدهما الآخر. وفي الحقيقة يمكن الشعور بتأثير العامل الاقتصادي حتى عند التعامل مع الجوانب التقنية لعملية إنتاج الخبر؛ فمؤسسات وسائل الإعلام العملاقة اليوم بحاجة إلى الحفاظ على سمعتها عبر جذب أكبر عدد من المتلقّين وما يعنيه ذلك من جذب المعلنين والمستثمرين، الأمر الذي يتطلب، من بين أشياء كثيرة، إنتاج سلعة خبرية تحظى بمعدل استهلاك عالٍ؛ فالقنوات التلفزيونية والصحف الواسعة الانتشار تبيع

---

(٣٣) Herman and Chomsky, *Manufacturing Consent: The Political Economy of Mass Media*, and Winter, *Lies the Media Tell*.

(٣٤) Raymond Kuhn, *Politics and the Media in Britain* (London: Palgrave Mcmillan, 2007).

(٣٥) Alterman, *What Liberal Media: The Truth about Bias and the News*, p. 27.

الوقت والحيّز للمعلنين الذين يحاولون في الوقت عينه شراء اهتمام المتلقّي، بل إن وسائل الإعلام تقوم في حقيقة الأمر، كما يرى وينتر(٣٦)، ببيع المتلقّي إلى المعلنين. والتنافس المتزايد يؤدي بدوره إلى اندفاع وسائل الإعلام الإخبارية نحو تقنيات ومناهج تستهدف الربحية والجذب التجاري وتربط جدارة الموضوع الخبري بالقابلية على الجذب؛ فالأخبار تؤطَّر وتقدَّم كأية سلعة معروضة للبيع، ومن هنا تلتقي الاعتبارات التقنية المتعلقة بالوقت والحيز والتكنولوجيا مع الاعتبارات التجارية، في مزاوجة تمنح الأفضلية لنمط إخباري يقوم على السطحية، والشخصنة، والتفكك، والسرد الدرامي(٣٧).

إن الأخبار، بحسب مانهايم(٣٨)، ليست ظاهرة تلقائية، بل هي عملية تشكيل وصياغة تتم بمهارة وفاعلية، وبطريقة تأخذ في الاعتبار احتياجات واهتمامات المراسلين والمؤسسات الإخبارية؛ فكم من أحداث دولية يتم تجاهلها لأنها لا تحمل عنصر الجذب أو لا تلتقي مع تلك الاهتمامات، أو ربما بسبب ارتفاع تكلفة إنتاجها. إن علاقة الخبر بالمتلقّي أو المستهدف وتجاربه وميوله تمثّل عنصراً حاسماً في تقرير القيمة الخبرية. أضف إلى ذلك ما يحمله الخبر من بُعد درامي أو عنصر إثارة، فوسائل الإعلام تتعامل بحماسة شديدة مع الأحداث الدولية ذات الطابع التهديدي إلى الحد الذي تتحول فيه إلى أدوات تعبئة من تلقاء نفسها، لكن تعاملها مع تلك الأحداث يكون في العادة سطحياً ومستعجلاً ومنشدّاً إلى التسلسل القصصي، خشية أن يصاب المتلقي بالملل فيتجه إلى مصدر إعلامي آخر. أما إذا وقع الحدث في مكان بعيد أو لا يحظى بأي اهتمام من المتلقّي، يتم تجاهله أو يتم تقديمه بلا حماسة أو انفعال(٣٩).

يضاف إلى ما تقدم أن القضايا الاجتماعية أو السياسية العميقة، أو المعقدة أو غير الطيِّعة للمعالجة الدرامية، غالباً ما تُفلت من العين الإعلامية، فتصبح وكأنها لم تكن في عالم باتت قيمة أحداثه تقترن إلى حد كبير بكيفية طرحها وتداولها إعلامياً، بحيث صار خبراء العلاقات العامة يقومون بالدور الرئيسي أحياناً عند التجهيز لحدث ما، لأن

---

(٣٦) Winter, *Lies the Media Tell.*

(٣٧) Bennett, *News: The Politics of Illusion*, and Daya K. Thussu, «Media Plenty and the Poverty of News,» in: Chris Paterson and Annabelle Sreberny, eds., *International News in the Twenty-First Century* (London: University of Luton Press, 2004), pp. 47-62.

(٣٨) Jarol B. Manheim, «The News Shapers: Strategic Communication as a Third Force in News Making,» in: Doris A. Graber, Denis Mcquail and Pippa Norris, eds., *The Politics of News: The News of Politics* (Washington, DC: CQ Press, 1998), pp. 94-109.

(٣٩) Bennett, *News: The Politics of Illusion*, and J. O'Neil, «Journalism in the Market Place,» in: Ruth Chadwick and Andrew Belsey, eds., *Ethical Issues in Journalism and the Media* (London: Routledge, 1992), pp. 7-31.

النقاش ينصبّ على كيفية إخراج الحدث أكثر ممّا ينصبّ على محتواه. الأسوأ من ذلك هو ما له علاقة بحقيقة أن تغطية الأخبار الدولية مكلفة اقتصادياً، وليست جذابة كثيراً بالنسبة إلى المتلقّي المحلي، وهو ما يدفع المؤسسات الإخبارية، مع استثناءات قليلة، إلى إرسال مراسليها إلى العواصم المهمة. ولا حاجة إلى القول إن تحديد هذه العواصم هو عملية اختيار تمليها اعتبارات سياسية وثقافية واقتصادية وأيديولوجية. إن العالم غير المغطى إعلامياً سيبدو، وببساطة، وكأنه غير موجود، والمعاناة غير المنقولة عبر كاميرا التلفزيون غالباً ما تكون غير مسموعة للعالم؛ فحتى الضحايا بحاجة إلى أن يكونوا في المكان والزمان الصحيحين من أجل أن يعرف العالم بوجودهم، أو ربما بموتهم. وليس ذلك إلا جزءاً من عملية منتظمة نتاجها حرف الواقع، وإنتاج واقع موازٍ يصبح عبر تسليعه الإعلامي أكثر حقيقة من الواقع الأصلي(٤٠).

يقول سريبيرني وباترسون(٤١) في حديثهما عن التغطية الإعلامية للحروب إن ليس هناك شيء أكثر تضليلاً من تغطية الصراعات الكبرى من على سطوح الفنادق الراقية؛ فالمسافة بين المكان الحقيقي للحدث وموقع المراسل غالباً ما تكون بعيدة جداً، وهو ما يوسع الفجوة بين ذلك الحدث، كما حدث فعلاً، وروايته المنقولة إعلامياً. وبالقدر ذاته من التضليل، وربما أكثر، تكون نتيجة الدور الذي يقوم به المراسلون المرافقون للقطعات العسكرية، لأنهم يخضعون لرقابة المؤسسة العسكرية وتُقيّد حركتهم بقيود الاعتبارات الأمنية للجيش، كما أنهم في النهاية لا يغدون سوى مندوبين لطرف واحد ضمن مواجهة فيها طرفان وربما أكثر، إذا ما أخذنا السكان المدنيين في الاعتبار.

إن اللغة الغريزية والمثيرة والمقرونة بنغمة الصوت المتكيفة مع إيقاع الحدث هي التي تحكم الصيغة الخبرية بدلاً من التحليل العميق. الأخبار المهمة عادة ما تكون حول «العاجل جداً» و«السهل جداً» و«الخطير جداً» و«المسلّي جداً». والجدوى الخبرية تتحدد من خلال المعايير الإنتاجية والتسويقية، ومن خلال القدرة على التمثيل الصوري للحدث. الوسائل المعتمدة في غرفة الأخبار تقرر صلاحية حدث معيّن لكي يقدَّم كخبر، وهذه الصلاحية مقرونة بارتقاء الخبر إلى تلك المعايير؛ فعندما تتصاعد

---

(٤٠) Thussu, «Media Plenty and the Poverty of News;» Roger Bolton, «The Problems of Making Political Television: A Practitioner' Perspective,» in: Peter Golding, Graham Murdock and Philip Schlesinger, eds., *Communication Politics: Mass Communication and the Political Process* (New York: Leicester University Press, 1986), pp. 93-112, and Bennett, *News: The Politics of Illusion.*

(٤١) Anabelle Serberny and Chris Paterson, «Shouting from the Rooftops: Reflections on International News in the 21st Century,» in: Paterson and Sreberny, eds., *International News in the Twenty-First Century*, pp. 3-27.

أزمة خارجية مثلاً، تميل وسائل الإعلام إلى التركيز بقدر أكبر على الأشخاص المنخرطين، وبقدر أقل على الجذور العميقة للمشكلة، فتغدو القضية كأي مسلسل درامي يقوم على الصراع بين الأخيار والأشرار (لنتذكر هنا الحرب الأمريكية على الإرهاب، وشخصنتها للأشرار في أسامة بن لادن، وتبسيطها المفرط لظاهرة الإرهاب ولطبيعة الصراع مع مقاتلي القاعدة وفق مبدأ : اقتل الأشرار). ليس مفاجئاً عندها أن نرى وسائل الإعلام منهمكة بمتابعة قضية شخصية لأحد المشاهير في الوقت الذي تقع حرب أهلية دموية في أحد البلدان الأفريقية يموت جرّاءها الملايين، وهذا أمر اكتشفنا صدمته مع مذابح رواندا التي قلّما كان الغرب يبدي اهتماماً بها، على الأقل قياساً بالاهتمام بمقتل الأميرة ديانا في حادث سير أو فضيحة بيل كلينتون الجنسية. أما في الوطن العربي، فما زلنا غير مطّلعين على ما يُعتقد أنه مجازر وقعت في دارفور، وما زلنا مصممين على إنكار وقوعها لا لسبب إلا لأنها تكشف عن تورط حكومة عربية فيها.

إن وسائل الإعلام تحاول أن تشتت انتباهنا عن الأحداث الخطيرة حقاً، والمتضمنة معاناة إنسانية كبيرة كمّاً ونوعاً، لصالح أخبار خفيفة سهلة الهضم تلائم نفوسنا المرهقة من ساعات العمل الطويلة ومزاجنا الميّال إلى الخفة والهزل، كما يقول وينتر(٤٢)، أو أن نمط الحدث ينطوي على نوع من التعقيد والتداخل إلى حد أنه يصبح من الصعب تقديم قصة متجانسة مع السردية الأوسع المحكية عبر القصص الأخرى، ولا سيما عندما يبدو الأشرار طيبين في حالات معيّنة، أو يبدو العدو صديقاً في حالات أخرى، وهو الأمر الذي نلمسه في سلوك الإعلام العربي الذي يخشى عادةً تجاوز التقسيم الصارم للحدود بين الصديق والعدو، والتعاطي مع المساحة الرمادية التي يدور فيها جلّ مجريات الحياة الواقعية.

يشير آلان(٤٣) في حديثه عمّا أسماه «شيفرة الجدوى الخبرية» إلى أن وسائل الإعلام الإخبارية تأخذ في الاعتبار عدة عوامل عند تقدير جدوى القصة الخبرية، من أهمها الطابع الصراعي في الخبر، التوقيت، قابلية الشخصنة، عنصر المفاجأة، الاستمرارية، التركيبة، الطابع النخبوي (سواء كانت نخبوية أممية في الأخبار الدولية أو نخبوية شخصية في الأخبار الداخلية). وهذه الافتعالية في صنع الأخبار تغدو بمرور الوقت طبيعية عبر التكرار ونمط الخطاب المستخدم بشكل يومي.

---

(٤٢) Winter, *Lies the Media Tell Us.*
(٤٣) Allan, *News Culture.*

هناك كثير من الصحفيين والمراسلين والمحررين الذين يزعمون، ببراءة في بعض الأحيان، أنهم يغطون الأحداث بطريقة موضوعية ومحايدة، ويفسرون الموضوعية بأنها تجنّب الانحياز إلى أحد طرفي الصراع، وكأن الأخبار هي دوماً حول صراع بين طرفين، وبالتالي هم يعطون لكل طرف وقتاً ومساحة كافية ليعبّر عن رأيه، وهذا ما يحصل فعلاً في الإعلام الغربي عموماً والأمريكي خصوصاً، ويحاول الإعلام العربي محاكاته بطريقة مصطنعة. ولكن هذا التصور يتجاهل حقيقة أن التقرير الإخباري هو عملية اختيار قصة من بين مجموعة قصص محتملة، وما يقوم به المراسلون في كثير من الأحيان هو جمع الأخبار كوظيفة تخضع لمعايير الجدوى، وعملية التجميع والانتقاء لا يمكن أن تتجرد من الانحيازات الشخصية والمواقف المسبقة أو الرقابة الذاتية التي يمارسها المراسل على نفسه بحسب إدراكه لاهتمامات مؤسسته وخياراتها[٤٤].

لقد تحول مفهوم الموضوعية تدريجياً من كونه مبدأً أخلاقياً إلى مسلك احترافي في وسائل الإعلام العالمية الكبرى (مثل سي إن إن و**النيويورك تايمز**)؛ إنه يعني «التوازن» و«عدم التحزب» ولا يعني ما تعنيه كلمة الموضوعية في مضمونها اللغوي والفلسفي، وضرورته تنبع من حاجة وسائل الإعلام الكبرى إلى أكبر قدر من المشاهدين أو القارئين، وبالتالي من ضمان قبول منتجهم من قِبل طيف واسع من التوجهات السياسية والفكرية والاجتماعية، فضلاً عن أن مقتضيات التنافس تفرض الاحتفاظ بقدر عالٍ من المهنية والسمة الاحترافية، التي من أهم مظاهرها في وسائل الإعلام الإخبارية عدم التحول إلى بوق فج وساذج لأيديولوجيا معيّنة أو لموقف سياسي معيّن. وبهذا المعنى، فإن «الموضوعية» عنصر احترافي تسويقي غايته جذب أكبر عدد ممكن من المستهلكين[٤٥]. إن الشيفرة البسيطة لنجاح الصحفي هي في قدرته على إنتاج قصة تجذب القراء أو المشاهدين، والعلاقات الداخلية في المؤسسات الإعلامية باتت محكومة بهذا المفهوم للاحتراف[٤٦].

---

(٤٤) Durham, «Breaching Powerful Boundaries: A Postmodern Critique of Framing,» and Manheim, «The News Shapers: Strategic Communication as a Third Force in News Making».

(٤٥) Sean Aday, Steven Livingston and Maeve Hebert, «Embedding the Truth: A Cross-cultural Analysis of Objectivity and Television Coverage of the Iraq War,» *Harvard International Journal of Press/Politics*, vol. 10, no. 1 (2005), pp. 3-21.

(٤٦) Paul H. Weaver, *News and the Culture of Lying* (New York: The Free Press, 1994), and Bennett, *News: The Politics of Illusion*.

خاتمة

ليس هذا النقاش سوى محاولة لمعالجة ملاحظاتنا سلوك وسائل الإعلام الإخبارية على خلفية الجدل الأكاديمي الراهن، الذي تجاوز إلى حد كبير القبول السطحي بمسلّمات المؤسسات الإعلامية وادعاء الصحفيين أنهم رسل للحقيقة. وقد رأينا أن هذه المهنة «الرسالية» تصطدم بثلاثة أنواع من الحواجز التي تحول دون أن يكون واقعها الممارس مطابقاً للمثال المزعوم: النوع **الأول** هو الحواجز المتعلقة بطبيعة تكوين الإدراك البشري، وبالقيود الكامنة فيه والمقترنة بحقيقة أن عملية الإدراك هي نقل الأشياء من موضوعيتها إلى ذات المدرك، وبالتالي لا يمكن أن تنجو من الإسقاطات الذاتية الناتجة من حدود وشروط الإدراك لدى الإنسان. لذا، فإن الرسائل الإخبارية لا يمكن أن تكون مرآة للواقع مهما يبلغ مستوى حسن النية لدى منتجيها. والنوع **الثاني** هو ذلك الذي تستكمله البنى الثقافية والأيديولوجية واللغوية، التي تزودنا بخارطة المعاني والمفاهيم التي من خلالها نضفي على الموضوع المدرك تأويله، وهي مرحلة أكثر عمقاً في التمثيل الذاتي للموضوعات. أما النوع **الثالث**، فهو ذلك المقترن بالبنى المؤسساتية والمعايير الاحترافية والغايات الاقتصادية، التي تعبّر عنها حقيقة أن عملية إنتاج الخبر هي ممارسة لمهنة ما تحكمها أهداف عقلانية، كالنجاح والربح والبقاء، وهي عناصر تتطلب، كما في أية مهنة أخرى، إمكانات للتكيف ولقبول المعايير السائدة وتنقية السلوك، بما ينسجم وشروط البيئة المؤسساتية والسوق بما هو حيّز للتنافس.

إن قبول هذه الحقائق لا يعني بأي حال من الأحوال الحطّ من شأن العمل الإعلامي، أو القول بلاجدواه، بل إن الحقيقة ربما تكون نقيض ذلك؛ إذ إن جدوى وسائل الإعلام، كواحدة من أهم مصادر المعلومات والتنشئة الاجتماعية والسياسية، هي التي تحتم علينا مراجعة مفاهيمنا السائدة عنها، ومعالجتها نقدياً، بغية إدراك العيوب الكامنة التي تتطلب إعادة تأويل هذا الدور والأهداف الكامنة وراءه. وبهذه الطريقة، نكون قد قطعنا شوطاً بعيداً باتجاه الإقرار بأن وسائل الإعلام لا يمكن أن تعمل إلا ضمن منظومة من علاقات القوة، وتكون في الغالب انعكاساً لتلك العلاقات لأن النظام الاجتماعي ـ السياسي، سواء كان وطنياً أو إقليمياً أو دولياً، هو تعبير عن صراع دائم بين المستفيدين والمتضررين؛ صراع لوازمه أدوات الإخضاع أو الاستتباع أو المقاومة المادية، أو المقاومة الذهنية والأيديولوجية. وفي هذا الصراع، يمكن موضعة الدور الرئيسي لوسائل الإعلام الإخبارية بوصفها وكيلاً لنمط معيّن من المصالح المقترن، والمشرعن أيضاً بقراءة أيديولوجية معيّنة أو بسردية محددة. ولأن التحالفات المسيطرة

والمستفيدة من تراتبية النظام القائم تكون أكثر استحواذاً على الموارد المادية، وبالتالي أقدر جذباً للمحترفين، فإنها تنجح في إنشاء (أو بسط هيمنة على) مؤسسات وسائل الإعلام الكبرى بطريقة تتفاوت نوعاً وكمّاً بين أن يُعبِّر عن هذه الهيمنة بالدور الأداتي الذي تقوم به وسائل الإعلام خدمة لمصالح معيّنة ولقراءتها الأيديولوجية الخاصة، وأن تكون هذه الهيمنة ناتجة من تحالف هيكلي مصدره الأساسي تركيز الموارد الاقتصادية المتنامية بفضل العولمة وسيطرة آليات السوق. وهنا تقوم وسائل الإعلام بدور رئيسي في التسريب الشعبي لنمط من القراءات الأيديولوجية والتصورات الذهنية والمفاهيم والتصنيفات، التي تستطيع، بفعل تكرارها وجاذبية قوالبها وبراعتها في لفت الانتباه واستفادتها من تقنيات الصورة ومن المعرفة التسويقية المتراكمة، جعل طروحاتها ليس مقبولة فقط بل ممثّلة أيضاً لما هو صحيح وقائم فعلاً في ذهن المتلقي، وهي بذلك تقود الذهنية الشعبية إلى تكييف فهمها للأشياء والعالم من حولها وفق تلك الطروحات كمرجعية يبدو وجودها مسلَّماً به وغير قابل للمساءلة الاجتماعية، لأن نقيضه يرمى خارج حيّز المفكر فيه. ببساطة، لا يمكن لأية علاقات هيمنة أو استتباع أن تقوم بدون وجود أدوات للتثقيف أو للتضليل أو للتحييد الفكري والأيديولوجي، وهذه العملية تحصل بطريقة تلقائية وطبيعية للغاية، لأنها أيضاً قرينة بالطريقة التي ينشط بها العقل ويتمثّل العالم من خلالها.

لقد أصبح واضحاً أن من العسير إنتاج وسائل إعلام محايدة لأن العمل الإعلامي عمل ذهني، والذهن لا يمكن أن يكون محايداً؛ فكل ما يخرج من الإنسان يكون قد عولج عبر أدواته الإدراكية والمعرفية وخزينها اللغوي والثقافي والنفسي. كما أن كلمة الحياد ذاتها تنطوي على تبسيط، إن لم نقُل تضليل، لأن الإنسان لا يقف أبداً في مكان محايد إزاء جميع الأشياء؛ إنه دائماً قريب من بعضها وبعيد من بعضها الآخر. لذلك، أقول إن الدراسات الهادفة إلى تقييم وسائل الإعلام من خلال موضوعيتها وحياديتها لا تزودنا أبداً بالأدوات المنهجية السليمة لفهم سلوك وسائل الإعلام، أو يمكن في أقل تقدير أن تصبح دراسات تعامل الموضوعية ليس كقيمة أخلاقية بل كقيمة مهنية واحترافية، وبالتالي تدخل أهدافها إطار تطوير السبل الاحترافية للعمل الإعلامي وليس المراجعة الجذرية لدوره داخل المنظومة الاجتماعية ـ السياسية. إن فهم وسائل الإعلام في إطار ما ذكرته من دور بوصفها جزءاً من أشكال وعناصر الصراع الاجتماعي ـ السياسي سيقودنا بالضرورة إلى فهم آليات عملها وطبيعة توجهاتها، وتحليل خطابها بما يخدم فهمنا الكلي لطبيعة الصراع الاجتماعي السائد، ونمط العلاقات المشكّلة له.

مراجع إضافية

Baker, Norman. «Invisible Giants, Quiet Revolution.» in: Chris Paterson and Anabelle Sreberny (eds.). *International News in the Twenty-First Century*. London: University of Luton, 2004. pp. 63-77.

Christian, Harry. «Journalist's Occupational Ideologies and Press Commercialization.» in: Harry Christian (ed.). *The Sociology of Journalism and the Press*. New Jersy: University of Keels, 1980. pp. 259-306.

Gauthie, Gilles. «In Defence of a Supposedly Outdated Nation: The Range of Application of Journalistic Objectivity.» *Canadian Journal of Communication*: vol. 18, no. 4 (1993).

Herman, Edward S. «Gatekeeper Versus Propaganda Models: A Critical American Perspective.» in: Peter Golding, Graham Murdock and Philip Schlesinger (eds.). *Communication Politics: Mass Communication and the Political Process*. New York: Leicester University Press, 1986. pp. 171-195.

Koch, Tom. *The News as Myth: Fact and Context in Journalism*. New York: Greenwood Press, 1990.

Schechter, Danny. «Slaying the Media Beast: The Media Channel as an Act of Personal Responsibility and Political Mission.» in: Chris Paterson and Aanbelle Sreberny (eds.). *International News in the Twenty-First Century*. London: University of Luton, 2004. pp. 243-260.

Schiller, Dan. «Transformations of News in the US Information Market.» in: Peter Golding, Graham Murdock and Philip Schlesinger (eds.). *Communication Politics: Mass Communication and the Political Process*. New York: Leicester University Press, 1986. pp. 19-36.



الفصل السابع

فضاءات الشباب في الفضائيات العربية
دراسة نقدية(*)

محمد شطاح(**)

«تتجه شاشات التلفزيون لأن تكون مسطّحة أكثر، وكذلك البرامج التليفزيونية تتجه لأن تكون أكثر سطحية»

تعليق كاريكاتوري

مقدمة

يُجمع الخبراء والمختصّون على أن قطاع الاتصال سيكون أكثر القطاعات حيوية في المجال الاقتصادي خلال العقود القادمة. فإذا كان نمو القطاعات الأخرى محدوداً، ويتقيّد بنُدرة الموارد، فإن تدفق الرموز في مجال الاتصال يمكن أن يستمرّ في تحسين الحياة الإنسانية، لأن الحلول التقنية تسمح بتزايد معالجة المعلومات، وباستخدام موارد أقل نسبياً من القطاعات الأخرى، بدون أي تخوّف من أية زيادة سكانية.

(*) نشرت هذه الدراسة، في: **المستقبل العربي**، السنة ٣٣، العدد ٣٨٦ (نيسان/ أبريل ٢٠١١)، ص ٩١ - ١١٢.

(**) أستاذ مساعد في كلية الاتصال، جامعة الشارقة - الإمارات العربية المتحدة.

وتبدو هذه التوقّعات أكثر انسجاماً مع واقع البلدان العربية التي تؤكد المؤشرات الإحصائية بشأنها أن نسبة الشباب فيها تتزايد باطّراد مع الزيادة السكانية. وقد شهدت المنطقة مع نهاية القرن الماضي انفجاراً لا سابق له في مجال القنوات التليفزيونية، لكن هل صاحَبَ هذا الانفجار ظهور فضاءات جديدة لكي يعبّر الشباب عن حاجاتهم الإعلامية المتجدّدة؟ وهل كان ذلك في مستوى تحديات المرحلة القادمة؟

لقد ولج العرب عصر البثّ الفضائي بشكل لافت للانتباه، وأصبحت سماوات البلدان العربية تعجّ بمئات القنوات الفضائية، وقد بلغ عددها في آخر تقرير صادر عن اتحاد إذاعات الدول العربية ٦٩٦ قناة، مستخدمة ١٧ قمراً صناعياً في مجال البثّ[1]. هذا فضلاً على طوفان وافد من عوالم أخرى تدفع به رياح العولمة تحت تسميات مختلفة، على رأسها «التدفق الإعلامي الحر»، و«الطريق السيّار للمعلومات»، و«الفضاءات المفتوحة».

يواجه العرب اليوم، كغيرهم من شعوب العالم الثالث، «لحظة الفضائيات» بشيء من التوجّس والحذر، فبعد تخلّص الإعلام العربي ـ نسبياً ـ من الطابع الرسمي، يواجه اليوم تحديات جديدة فرضتها التكنولوجيات المتطورة، يأتي في مقدمتها تحدّي المضامين والرسائل، وتحدّي الأداء الإعلامي، في لحظة اشتدت فيها المنافسة بين الفضائيات العربية والفضائيات الوافدة من جهة، والفضائيات العربية ووسائط الإعلام الجديدة من جهة أخرى، بالإضافة إلى تحديات مستقبل الرسائل الإعلامية، الذي تغيّر كثيراً مع مطلع القرن الحادي والعشرين من جمهور سلبي للمضامين إلى جمهور مشارك يبحث عن التفاعلية التي وفّرتها له الوسائط الجديدة.

أولاً: وصف مورفولوجي للفضائيات والشباب في الوطن العربي

١ ـ البث الفضائي العربي

لا يمكن الحديث عن فضاءات الشباب في الفضائيات العربية بدون تناول الأبعاد المورفولوجية لحالة البثّ الفضائي في مطلع الألفية الثالثة؛ فقد وردت في تقرير اتّحاد إذاعات الدول العربية الأخير أرقام تعبّر بنفسها عن حالة التفجّر الحاصلة في مجال البث

(١) **تقرير البث الفضائي: خصائصه وتطوراته** (تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية، ٢٠٠٩).

الفضائي؛ إذ علاوة على ما يصل إلى المنطقة من بثّ وافد، فإن الإحصاءات تشير إلى أن نهاية العام ٢٠٠٩ سجلت وجود ما يزيد على ٦٩٦ قناة تابعة لحوالى ٣٩٨ هيئة، منها ٢٦ هيئة حكومية و٣٧٢ هيئة خاصة.

تستخدم هذه الهيئات ١٧ قمراً صناعياً، بما فيه الأقمار العربية. وتجدر الإشارة إلى أنّه في العام ٢٠٠٨ بلغ عدد الفضائيات ٥٢٠ قناة، منها ١٣٠ قناة عامة أو جامعة، و٣٩٠ قناة متخصّصة[٢].

ويفيد التقرير أن هذه القنوات موزّعة على تخصّصات متعددة، تأتي في مقدمتها الموسيقى والمنوّعات بمجموع ١١٥ قناة، وبنسبة بلغت ٢٣,٤ بالمئة، ثم تأتي بعدها قنوات الدراما والسينما والمسلسلات بـ ٥٨ قناة، ثمّ القنوات الرياضية بمجموع ٥٦ قناة، وبلغ عدد القنوات الأخبارية ٣٤ قناة. وتشير الإحصاءات أيضاً إلى ١١٩ قناة للموسيقى والمنوّعات بنسبة ١٩,٣٥ بالمئة، و٥٨ قناة للسينما والأفلام بنسبة ١٢,١٦ بالمئة، و٥١ قناة للرياضة بنسبة ١٣,٩٧ بالمئة، و٢٦ قناة للأخبار بنسبة ٨,٦٠ بالمئة، و٢٥ قناة للاقتصاد، و٢٣ قناة للثقافة والموضوعات التربوية، و٢١ قناة للأطفال، و١٣ قناة دينية، و١٢ قناة وثائقية، و١١ قناة تفاعلية، و٤ قنوات للسياحة[٣].

ولم تشذّ حالة البث الفضائي في البلدان العربية عن ظاهرة التمركز والاحتكارات، حيث نجد مجموعات من الهيئات الخاصة، مثل: شبكة راديو وتليفزيون العرب بـ ٨٨ قناة، وشبكة شوتايم بـ ٤٨ قناة، وشبكة أوربت بـ ٣٣ قناة، وشركة المجد بـ ١٣ قناة، إلى جانب النمو المتصاعد لشبكة «الجزيرة» التي تضم الآن حوالى ١٥ قناة.

لقد توسع البثّ الفضائي العربي ليصل إلى جميع قارات العالم، مستخدماً في معظمه اللغة العربية بنسبة ٧٤ بالمئة من خلال ٥١٥ قناة، ويأتي البثّ باللغة الإنكليزية ثانياً بـ ١٤٢ قناة، ثمّ اللغتين الفرنسية والهندية بـ ١٤ قناة لِكُلّ لغة، ثمّ اللغة الأمازيغية بـ ٤ قنوات، والإسبانية بـ ٣ لغات، فالفارسيّة والعبرية بقناتين لِكُلّ منهما. وإلى جانب ما تقدّم، تستقبل المنطقة طوفاناً من الفضائيات الأجنبية، ومنه قنوات أجنبية ناطقة بالعربية موجهة خصيصاً إلى المشاهد العربي، منها: BBC Arabic، وFrance 24، وروسيا اليوم، وقناة DW الألمانية، و«هنا أمستردام»[٤].

---

(٢) *El Watan*, 15/9/2008.

(٣) تقرير البث الفضائي: خصائصه وتطوراته.

(٤) المصدر نفسه.

وعموماً، يمكن القول إن الوصف المورفولوجي لحالة البثّ الفضائي العربي يمكّننا من استخلاص السمات والخصائص للوضعية الراهنة في النقاط الآتية:

أ ـ سيطرة القطاع الخاص والهيئات غير الحكومية على الفضاء السمعي والبصري العربي.

ب ـ سيطرة التسلية والترفيه على وظيفة البثّ الفضائي العربي.

ج ـ تنامي ظاهرة الاحتكارات والمجموعات الإعلامية العربية.

د ـ التوسع في البنية التحتية للبثّ من خلال الأقمار الصناعية وتكنولوجيات البثّ الحديثة.

هـ ـ نقص التشريعات القانونية المنظمة للظاهرة.

و ـ غياب استراتيجيا وسياسة موحّدة في مجال البث الفضائي.

٢ ـ الشباب العربي

لم يتفق علماء النفس والاجتماع على تحديد مرحلة الشباب، فهناك من حدّد بدايتها بين سنّ الثالثة عشرة والحادية والعشرين، وهناك من يبدأها بسنّ الرابعة عشرة، ويحدد فترتها الأولى بنهاية سنّ الثامنة عشرة، ويصل بفترتها الثانية أو المتأخرة إلى سنّ السابعة والعشرين. ويرى آخرون أنّها تغطّي الفترة من سنّ السابعة عشرة حتّى سنّ السابعة والعشرين، بل إن بعض الباحثين يبدأون بها عند سنّ الخامسة عشرة، ويصلون بها إلى سنّ الثلاثين. ويراها آخرون «أنّها عصية على التحديد، وتختلف بدايتها ونهايتها من فرد إلى فرد، ومن جنس إلى جنس، ومن ثقافة إلى ثقافة»[٥].

تشير الإحصاءات إلى أن الشباب العربي يشكّل نحو ٦٠ بالمئة من تعداد سكان الوطن العربي، ونسبة الشباب في المنطقة تكاد تكون من أعلى المعدلات في العالم. وتكشف التقارير والإحصاءات التي تناولت هذه الشريحة من المجتمع العربي تميّزها في الإجمال بالخصائص الآتية:

أ ـ **انخفاض نسبة الزواج المبكر**: وهو ما يعبّر عنه ديمغرافياً بانخفاض معدلات الخصوبة.

---

(٥) عبد الله بوجلال، «الإعلام والوعي الاجتماعي لدى الشباب الجزائري،» (أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٨٩)، ص ٧٣.

ب ـ **إقامة أغلبية الشباب في التجمّعات الحضرية**: سجلت الإحصاءات إقامة ٥٧,١ بالمئة في الجزائر، و٥٥,٥ بالمئة في المغرب، و٦٢,٨ بالمئة في تونس، و٨٥,٢ بالمئة في ليبيا، و٨٦,٦ بالمئة في لبنان[٦].

ج ـ **الهجرة**: إنَّ جزءاً كبيراً من المهاجرين العرب في الخارج هم من الشباب، وهذا ما يطرح بشكل حادّ موضوعات الاندماج في المجتمعات الجديدة والحفاظ في المقابل على الهوية والذاتية الثقافية.

د ـ **التعليم**: يعاني الشباب العربي تدني مستويات التعليم وتراجع فرصه، في ظلّ تخلّي بعض الدول عن مسؤولياتها في هذا المجال، وتراجعها عن خيار التعليم المجاني أو التعليم للكلّ، كما نادت به المواثيق الدولية، وفي مقدمتها منظمة اليونسكو. وتؤكد الأرقام أن نسبة عدم الالتحاق بالتعليم فاقت نسبة الـ ٥٠ بالمئة في بعض البلدان، مثل: جيبوتي، وموريتانيا، وجزر القمر، واليمن[٧].

هـ ـ **الصحة**: هي من القضايا التي باتت تطرح بحدّة، وبخاصة أمام الارتفاع المريب لبعض الأمراض الناجمة عن إدمان المخدّرات، وانتشار الأمراض الجنسية، وفقدان المناعة (كالإيدز أو السيدا) وغيرها.

و ـ **البطالة**: يلاحظ في هذا المجال ارتفاع معدلات البطالة، فباستثناء بلدان الخليج، فإن النسب مرتفعة، وتصل في بعض البلدان إلى أكثر من ٣٣ بالمئة، وهو ما ينعكس بالسلب على حركة التنمية[٨].

ثانياً: أولويات الشباب العربي وأجندة الإعلام الفضائي العربي

تجمع تقارير البنك الدولي، وتقرير التنمية الإنسانية العربية، والعديد من الدراسات، أن أولويات الشباب في البلدان العربية لا تخرج في مجموعها عن أولويات الشباب في بلدان العالم، والتي حددها **تقرير التنمية البشرية ـ برنامج الأمم المتحدة الإنمائي للعام ١٩٩٠** ـ بأنها «العيش حياة طويلة وصحية، والحصول على المعرفة، وتوافر الموارد اللازمة لمستوى معيشي لائق»[٩].

---

(٦) جاد شعبان، «الشباب والتنمية في العالم العربي،» (تقرير اجتماع الخبراء، الإسكوا، عمّان، ٢٠٠٧).

(٧) المصدر نفسه.

(٨) **الدور الإحصائي للعمل، الكتاب الثامن** (القاهرة: منظمة العمل العربية، [د. ت.])، ص ٦١.

(٩) برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، **تقرير التنمية البشرية** (نيويورك: البرنامج، ١٩٩٠).

إن التنمية الإنسانية، كما يرى العديد من الدارسين والخبراء، لا تتوقف عند هذه الاستحقاقات، بل تشمل أيضاً «الحرية السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وتوافر فرص للإنتاج والإبداع، والاستمتاع باحترام الذات وضمان حقوق الإنسان»[١٠].

وعموماً، يشير **تقرير التنمية البشرية العربية للعام ٢٠٠٥**، ومن خلال دراسة ميدانية، إلى أن أولويات الشباب هي العمل بنسبة ٤٥ بالمئة، والتعليم بنسبة ٢٣ بالمئة، والبيئة بنسبة ١٢ بالمئة، ثمّ توزيع الدخل والثروة بنسبة ٨ بالمئة، ومن ثمّ المشاركة السياسية بنسبة ٥ بالمئة، فالرعاية الصحية والفقر بنسبة ٤ بالمئة لكلّ منهما[١١].

في المقابل، ما هي أولويات القائمين على الإعلام الفضائي أو الفضائيات العربية؟ من الممكن الإجابة عن السؤال عن طريق تناول ظاهرة الإعلام الفضائي من خلال ثلاثة مستويات:

ـ **المستوى الأوّل:** من خلال الخريطة الراهنة للبثّ الفضائي العربي.

ـ **المستوى الثاني:** من خلال تحليل مضمون شبكة برامج الفضائيات العربية.

ـ **المستوى الثالث:** من خلال دراسة ميدانية تستقصي جمهور المشاهدين من الشباب واتجاهاتهم نحو رسائل ومضامين الفضائيات العربية، وكذلك عن طريق استقصاءات تتناول توجهات «القائمين بالاتصال» و«القائمين على الاتصال» نحو الشباب، وبالتالي التعرّف إلى ما يقدم إلى الشباب في شبكات البرامج أو الدورات البرامجية.

إن القيام بما تقدّم من اقتراحات لتناول الظاهرة يتطلب حشد إمكانات ضخمة لا يتحمّلها البحث الفردي الذي هو بمثابة تسليط للأضواء على زوايا وجوانب من الظاهرة، وقد تسترشد الدراسات اللاحقة ببعض من ملاحظاتها أو نتائجها، ودراستنا هذه تدخل ضمن هذا الهدف أو هذه الغاية.

ومن خلال استعراض مجالات الفضائيات العربية في الخريطة الراهنة للبثّ التليفزيوني، فإننا نستطيع أن نحدد أجندة وأولويات البثّ الفضائي العربي، ومنها

---

(١٠) المصدر نفسه.

(١١) لمزيد من التفاصيل، انظر: برنامج الأمم المتحدة الإنمائي والصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي، **تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام ٢٠٠٥: نحو نهوض المرأة في الوطن العربي** (نيويورك: برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، المكتب الإقليمي للدول العربية، ٢٠٠٥).

الوظائف المنتظرة من الإعلام العربي في مجتمع شاب. وبالرجوع إلى التوزيع الصادر عن تقرير اتحاد إذاعات الدول العربية، فإن مجالات الفضائيات العربية موزعة، كما تظهر في الجدول الرقم (٧ ـ ١):

الجدول الرقم (٧ ـ ١)

مجالات الفضائيات العربية

أصناف القنوات	العدد التقريبي	القطاع الحكومي	القطاع الخاص
جامعة (متنوعة أو عامة)	١٣١	٤١	٩٠
موسيقى/ منوّعات	١١٩	٢	١١٧
سينما/ دراما/ مسلسلات	٥٨	٣	٥٥
رياضية	٥١	١١	٤٠
تجارية/ اقتصادية/ تسوّق	٢٥	١	٢٤
أخبار	٢٦	٣	٢٣
أطفال	٢١	١	٢٠
ثقافية/ تعليمية	٢٣	١٠	١٣
وثائقية	١٢	صفر	١٢
تفاعلية	١١	صفر	١١
دينية	١٣	٣	١٠
سياحية	٤	١	٣
المجموع	**٤٩٤**	**٧٦**	**٤١٨**

المصدر: تقرير البث الفضائي: **خصائصه وتطوراته** (تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية، ٢٠٠٩).

يكشف الجدول الرقم (٧ ـ ١) أولويات القائمين على الاتصال والفضائيات في البلدان العربية والتوجه العام للاستثمارات في هذا المجال الاستراتيجي والحيوي.

ويضفي اتّساع الهوة بين الإعلام الحكومي والإعلام الخاص (أو المستقل)[١٢] في البلدان العربية مزيداً من الضبابية على مستقبل مضامين الإعلام في المنطقة. كما أن سيطرة الهيئات الخاصة على المحطات التليفزيونية بنسبة بلغت ٩٠,٤ بالمئة، يجعلنا نطرح السؤال الآتي: هل تخلّت الأنظمة والحكومات العربية عن هذه الوسيلة بهذه السهولة، بعد أن ظلّت مواثيق الإعلام في هذه البلدان تشدّد على استراتيجية الإعلام، وبخاصة التليفزيوني؟ أم أن التليفزيونات الحكومية تخلّت عن الطابع التعبوي والتنموي للتليفزيون؟ أم أن الحكومات العربية باتت تنظر إلى الإعلام التليفزيوني الخاص باعتباره جزءاً من الجهد الوطني في مجال التنمية والتحديث؟ أم أن التليفزيون لم يعد تلك الوسيلة الاستراتيجية في تشكيل الجماهير وصناعة الرأي العام، وبخاصة بعد الصعود المذهل للإعلام الجديد؟ أم أن ـ أخيراً ـ جمهور المشاهدين لم يعد ذلك الجمهور الذي يتفاعل مع رسائل التليفزيون، وبخاصة التليفزيون الرسمي، والذي اتجه نحو وسائل جديدة فرضتها تكنولوجيات الاتصال الحديثة؟

من خلال الخريطة الراهنة للبثّ الفضائي العربي، يمكننا القول إن التوجّه العام للفضائيات العربية يسير ضمن منظورين، هما:

أ ـ منظور الإعلام الخاص والتجاري

يمثل المنظور الأول إعلام القطاع الخاص والمستثمرين الخواص الذين ينظرون إلى العملية الإعلامية على أنّها استثمار مربح، والبرامج عبارة عن سلع، والإعلانات هي دأب القائمين على الاتصال لما تعود به من أرباح على مالكي الفضائيات.

ضمن هذا المنظور برزت مجموعات إعلامية عربية ضخمة تحتكر صناعة الإعلام ـ كما سبقت الإشارة ـ وتتجه أكثر نحو برامج التسلية والترفيه، وتستهدف بالدرجة الأولى الشريحة الشبابية، مع الاهتمام بموضوع الجندر أو النوع في استمالة المشاهدين، ضمن ثلاثية ميردوك: الفضيحة، الرياضة، الجنس (Scandal,

(١٢) نستخدم مصطلح الإعلام المستقل بتحفظ كوننا نؤيد ما ذهبت إليه اليونسكو بخصوص الموضوع. فقد وضعت تعريفاً للصحافة المستقلة في إعلان ويندهوك جاء فيه: البند ٣: «نقصد بعبارة صحافة مستقلة، قيام صحافة مستقلة عن السيطرة الحكومية أو السياسية أو الاقتصادية، أو عن سيطرة المواد والبنية الأساسية اللازمة للإنتاج ونشر الصحف والمجلات والدوريات». ويضيف البيان في البند ١٧ «في ضوء أهمية الراديو والتليفزيون، تدعى الأمم المتحدة واليونسكو لاستكشاف إمكانية تطبيق المفاهيم المماثلة من الاستقلالية والتعددية على هاتين الوسيلتين». انظر: اليونسكو: النصوص الأساسية ٨٩ ـ ٩٥ في مجال الاتصال، ص ١٨ ـ ٢٢.

(Sport, Sex[١٣]، أو ما يعبّر عنه في الدراسات الإعلامية بالـ S3، أو ثلاثية الجنس، والموت (الكوارث)، والطرافة (Ignacio Ramoner: L'Amour, La Mort, l'humour)[١٤].

ويمكن تفسير ما سبق أيضاً بسيطرة هذا المنظور والتوجه على الإعلام غير الحكومي ـ الذي يعيش من الإعلانات وبيع البرامج ومختلف الخدمات الإعلامية ـ فقد تحولت الـ «MBC» من قناة أخبارية متخصّصة إلى مجموعة من القنوات الترفيهية، وتحولت القناة الأم إلى قناة عائلية، على حدّ تعبير القائمين عليها. وفي اعتقادنا أن قناة «الجزيرة» ليست ببعيدة من هذا التوجه، فقد تحوّلت من قناة أخبارية وقناة الرأي والرأي الآخر إلى مجموعة من القنوات الرياضية، الأمر الذي يجعلنا نتساءل حول مستقبلها وتأثير ذلك في موقع «الجزيرة» الأخبارية في المقام الأوّل.

وتحذّر بعض الرؤى من أن العمل الأخباري بات مهدداً في ظلّ التوجّهات الجديدة في مجال صناعة الإعلام والاتصال. ولم يتردّد بعضها بالإعلان صراحة عن: «الموت القادم للأخبار التليفزيونية والبرامج الأخبارية المتميّزة»، بسبب غياب الإعلان وتوجّه القنوات نحو التسلية والترفيه، والاهتمام بالبرامج المربحة. ومن أهم الدراسات المبكرة التي نبّهت إلى ذلك دراسة كونراد سميث (Conrad Smith) الموسومة بـ: «Television Reporters and Producers as Journalists»[١٥]، حيث خلصت إلى أن نضال الصحفيين في المحطات التليفزيونية والأخبارية، هو من أجل «نبل العمل الصحفي»، وخاصة الأخباري، في حين يندفع المنتجون وراء غاية واحدة هي تحقيق الربح من منطلق أن «الخبر الصحفي» هو «سلعة يحكمها قانون العرض والطلب في سوق الاستهلاك الإعلامي».

ونجد لهذا المنظور سنداً في الواقع؛ ففي دراسة ميدانية حول احتياجات وأولويات الشباب الجزائري، أجريت على عيّنة قوامها ٨٣٢٥ مفردة من الجنسين، كشفت أن ٧٣ بالمئة من العيّنة المستجوبة ترى أن التليفزيون هو الوسيلة الأولى في مجال التسلية والترفيه، وبخصوص وسائل الترفيه ترى العيّنة، بنسبة ٥٢ بالمئة، أن الموسيقى

---

(١٣) سليمان صالح، **الإعلام الدولي** (الكويت: مكتبة الفلاح، ٢٠٠٣)، ص ٢٤٦.

(١٤) Marlène Coulomb-Gully, *Les Informations televises*, que sais-je?; 2922 (Paris: Presses universitaires de France, 1995), p. 95.

(١٥) محمد شطاح، **دراسات عربية وأجنبية في الإعلام التليفزيوني** (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٧)، ص ٧٩.

والرحلات مع الزملاء هي إحدى أهم وسائل الترفيه ومعالجة الأزمات النفسية[١٦]. وهذا ما يجعل الفضائيات العربية الخاصة توجّه استثماراتها نحو هذا المجال.

ب ـ منظور الإعلام الحكومي وأطروحة المرفق العام

يمثل هذا المنظور الإعلام الحكومي والعمومي، ونجد جذوره في أن البلدان العربية جميعاً بعد الاستقلال كانت ترى أن الإعلام قطاع استراتيجي يمثل السيادة، ومن أهم الأدوات التي تستخدم في بناء الدولة الوطنية الجديدة. وعموماً، فإن الإعلام العربي في هذه المرحلة لم يخرج عن التصنيفات الآتية: إعلام تعبوي، وإعلام تنموي، وإعلام ثوري.

وظلت سيطرة الدولة على وسائل الإعلام جزءاً لا يتجزأ من سيطرتها على مختلف المقدّرات، ولم يتم تحرير الإعلام إلا مع بداية التسعينيّات من القرن الماضي، وبخاصة بعد أن فتحت الأقمار الصناعية سماوات البلدان العربية، وشهد العديد من البلدان إصلاحات سياسية، كالقبول بالتعدّدية السياسية، والتداول على السلطة، ومن ثمة القبول بالتعددية الإعلامية. وإذا كانت هذه التعدّدية مسّت بالدرجة الأولى مجال الصحافة المكتوبة، فإن القطاع السمعي البصري بقي محلّ تردد في بعض البلدان، أو بشروط تعجيزية في بلدان أخرى، أو فتح الفضاء في مجالات معيّنة من الإعلام بدون مجالات أخرى ما زالت الدولة تعتقد أنّها غاية في الأهمية.

في هذا الإطار، علّقت إحدى الصحف على الحالة الجزائرية بالقول: «تنهي الجزائر العام ٢٠٠٩ بانتصار كروي ممزوج بحسرة تليفزيونية على احتكار الدولة للشاشات...»[١٧]. ومن الأمثلة أيضاً على هذا الواقع منح رخص إنشاء الفضائيات الخاصة في مصر مع منعها من بثّ وعرض النشرات الأخبارية.

ويقوم هذا المنظور على فكرة أنّه يجوز للدولة استعمال وسائل الإعلام لأهدافها الخاصة، وينظر إلى الدولة على أنّها الضامنة للمصلحة العامة، وهي التي تحدّد هذه المصلحة.

وتطرح الدولة فكرة التليفزيون ضمن مفهوم «المرفق العام» من منظورها القاضي بأن المصلحة العامة في وسائل الإذاعة (الراديو والتليفزيون)، يمكن أن تنسجم مع

---

(١٦) *El Watan*, 24/9/2004.

(١٧) نادية بنسلام، «الهروب إلى الوراء... شعار فضائيات المغرب العربي،» **الحياة**، ٣٠/ ١٢/ ٢٠٠٩.

المصالح الذاتية للشركات الخاصة التي تسعى قبل كلّ شيء إلى تحقيق الربح من خلال برامجها وأنشطتها المختلفة.

إن مفهوم المرفق العام في الواقع ما يزال غير واضح بسبب أن التمييز بين الهيئة العامة للإذاعة والتليفزيون التابعة للدولة وهيئة الإذاعة والتليفزيون هو الأصعب لدى المقارنة بين مختلف نماذج الهيئات الإذاعية، ومنها النموذج البريطاني الذي يعرف بـ «At Arm's Length»، أي نموذج «التسيير عن بعد» من قبل الدولة للهيئات العامة للإذاعة والتليفزيون. فبدلاً من أن توضع تحت وصاية الدولة مباشرة، يعهد بها لمؤسسة تتصرف فيها وفقاً للمصلحة العامة، وتتمتع بدرجة عالية من الاستقلال قصد حمايتها من التدخلات السياسية والبيروقراطية(١٨).

وبصفة عامة، فالتليفزيون، ضمن المنظور الحكومي، مرفق عام يهدف إلى تلبية الوظائف الآتية:

- الإعلام.
- التثقيف.
- التسلية والترفيه.

وبالنظر إلى الواقع الراهن للبثّ الفضائي في البلدان العربية، يمكننا القول إن هناك اتفاقاً شبه ضمني بين قطبي القائمين على وسائل الإعلام، وبخاصة التليفزيون، بأن تهتم الفضائيات الحكومية بالجانب الأخباري والتوعوي بالدرجة الأولى، إلى جانب التثقيف، في حين تتوجه الفضائيات الخاصة نحو التسلية والترفيه، مع بعض الاستثناءات التي لا تُحْدث فارقاً، والسبب هو عدم اقتناع الدولة في البلدان العربية برفع اليد عن هذه الوسيلة «الاستراتيجية» والحساسة.

ثالثاً: سمات التطور في الوسائل والرسائل للإعلام الموجّه إلى الشباب العربي

شهد التليفزيون والبثّ التليفزيوني خلال العقدين الأخيرين من القرن الماضي ثورة لا سابق لها في التاريخ، أنتجت خريطة جديدة لوسائل الاتصال الجماهيري

---

(١٨) اليونسكو، «الهيئات العامة للإذاعة والتليفزيون: لماذا؟ وكيف؟،» باريس، ٦ ـ ٢٣ تشرين الأول/ أكتوبر ٢٠١٠، ص ١١.

يتسيّدها التليفزيون بواسطة الأقمار الصناعية والقنوات الفضائية. هذه الثورة هي نتاج ثورات ثلاث[١٩]:

١ ـ **ثورة المعلومات**: أو ذلك الانفجار المعرفي الضخم، المتمثل في ذلك الكمّ الهائل من المعرفة في أشكال وتخصّصات ولغات متعدّدة.

٢ ـ **ثورة وسائل الاتصال** المتمثلة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي بدأت بالاتصالات السلكية واللاسلكية، مروراً بالتليفزيون، والنصوص المتلفزة، وانتهت بالألياف البصرية والأقمار الصناعية.

٣ ـ **ثورة الحاسبات الإلكترونية** التي توّغلت في جميع أشكال الحياة الإنسانية وامتزجت بوسائل الاتصال واندمجت بها.

إن السؤال الذي يطرح في هذه الوضعية هو: أين العرب من هذه الثورات؟

نشأ التليفزيون العربي في سياق حضاري يختلف عن السياق الحضاري الغربي، فقد تميّز الواقع الإعلامي العربي في مجال التليفزيون في السبعينيّات والثمانينيّات من القرن الماضي بالافتقار إلى كثير من المقوّمات الاتصالية والتقنية والفنية والمادية، ولم تشهد المنطقة العربية تطوراً في القاعدة التقنية إلا بحلول العقد الأخير من القرن الماضي، أي بعد أن انتشرت وسائل الاتصال في العالم ضمن ظاهرة الانتشار الحتمي للتكنولوجيا التي لخّص مظاهرها أحد الخبراء في المعادلة الآتية: «من الصوتي إلى الرقمي، ومن الإلكتروني إلى الفوتون، ومن الغالي إلى الرخيص المتاح دوماً، ومن الخاص إلى العام، ومن المتنوّع إلى الكامل، ومن السلبي الأحادي الاتجاه إلى التجاوبي الثنائي الاتّجاه، ومن الثابت إلى النقّال، ومن الشفرة الإنكليزية إلى الشفرة المتعددة اللغات»[٢٠].

إذن، يمكن القول إن البلدان العربية ولجت الألفية الثالثة وهي تمتلك قاعدة تقنية متطورة، باستثناء بعض البلدان. ويمكن تلخيص أهم مظاهر هذا التطور في ما يتعلق بالتليفزيون والبثّ التليفزيوني في:

---

(١٩) محمد شطاح، **قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والايديولوجيا: دراسات في الوسائل والرسائل** (الجزائر: دار الهدى، ٢٠٠٦)، ص ٨.

(٢٠) نبيل علي، **العرب وعصر المعلومات**، عالم المعرفة (الكويت: مطابع الرسالة، ١٩٩٤)، ص ٧١ ـ ٧٢.

أ ـ امتلاك شبكة من الأقمار الصناعية: دخل العرب مجال الأقمار الصناعية لأغراض الاتصال في منتصف الثمانينيّات من القرن الماضي عن طريق القمر الصناعي العربي عربسات من خلال جيلين من الأقمار:

(١) **الجيل الأوّل:** شمل الأقمار الصناعية التي أطلقت ابتداء من شباط/ فبراير ١٩٨٥، حيث تمّ إطلاق القمرين الأوّل والثاني في ١٧ حزيران/ يونيو من العام الأوّل، وتم إطلاق القمر الثالث في ٢٥ شباط/ فبراير ١٩٩٢.

(٢) **الجيل الثاني:** شمل الأقمار الصناعية التي غطّت الفترة من العام ١٩٩٥ إلى العام ٢٠٠٧. ثمّ تلتها الأقمار الصناعية لنايل سات[٢١].

ب ـ تأسيس مدن الإنتاج الإعلامي العربية

دخل العرب مجال صناعة مواد الإعلام من خلال مدن الإنتاج الإعلامي، التي بلغ عددها خمس مدن تتوزّع على كلّ من دبي، ومصر، والأردن، ولبنان، والمغرب. وتختص مدينة الإنتاج الإعلامي في مصر بالإنتاج السينمائي، وهي شركة مساهمة قامت تحت مظلة المنطقة الإعلامية الحرة في مدينة السادس من أكتوبر، وتتعدّد نشاطاتها، ومن أهمها:

ـ توفير استوديوهات تليفزيونية وسينمائية.

ـ إنتاج البرمجيات.

ـ الإعلان والتسويق.

ـ مناطق مفتوحة للتصوير.

إلى جانب أنّها توفر مزايا للمستثمرين في مجال الاتصال، مثل:

ـ عدم وجود قيود على جنسية رأس المال.

ـ حرية اختيار الشكل القانوني للمشروع.

ـ حرية تحويل الأرباح والمال المستثمر وإعادة التصدير.

ـ عدم جواز تأميم هذه المشروعات أو مصادرتها[٢٢].

---

(٢١) انشراح الشال، **بث وافد لقنوات التليفزيون في عالم ثالث** (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٣)، ص ٣٠ ـ ٤٠.

(٢٢) <http://www.empc.com.eg>.

أما المدينة الإعلامية في الأردن، فقد أسسها القطاع الخاص، واستفادت من قانون المناطق الحرة بتقديم التسهيلات والمميّزات التي تعطى عادة للمناطق الحرة، بإعفاء المشروع الإعلامي والمعدات اللازمة من جميع أنواع الضرائب والرسوم.

وقد استطاعت مدينة دبي، رغم حداثتها، أن تحتل الصدارة. وتشير التقارير إلى أن من الصعب في بعض الحالات أن تجد فيها مكاناً شاغراً لمؤسسات أو شركات جديدة. ويفيد أحد التقارير الحديثة عن «مجموعة المستشارين العرب» (Arab Advisors Group) أن عدد المدن الإعلامية الموجودة حالياً في الإمارات العربية المتحدة يفوق عدد المدن الإعلامية في باقي البلدان العربية مجتمعة. ويضيف التقرير أن دولاً عربية أخرى مهتمة الآن بإنشاء مدن إعلامية، وهي البحرين والكويت وقطر والسعودية والسودان[٢٣].

ج ـ امتلاك شبكة من الفضائيات لتصريف منتجات المدن الإعلامية

سبقت الإشارة إلى أن العرب كغيرهم من الشعوب يعيشون «لحظة الفضائيات» التي أفرزتها «الثورة التليفزيونية» من خلال الأقمار الصناعية. ومن المعروف أن عدد المحطات التليفزيونية يزداد يوماً بعد يوم، وبخاصة بعد تحرير الإعلام المرئي في بعض البلدان، واتجاه دول أخرى إلى التوسع والتنويع في عدد القنوات، سواء على مستوى اللغة أو المحتويات، أو على مستوى تبعية وملكية هذه القنوات، الأمر الذي يجعلنا نعتقد أن ما هو متوافر الآن، يوفر مساحة إعلامية مهمة لتقديم محتويات تتناسب مع النمو المتصاعد، على صعيد التكنولوجيا والتقنيات. كلّ ذلك يجعلنا في الأخير نعود إلى طرح السؤال الذي طرحناه في بداية المقال، وهو: هل هناك تلازم بين التطور الحاصل في الوسائل وما يقدم من محتويات ورسائل؟

د ـ الشباب في محتويات الفضائيات العربية

للإجابة عن السؤال السابق لا بُدَّ من أن نوضح أن ذلك يمكن أن يتم من خلال البحث عن حضور الشباب في الشبكة البرامجية لهذه القنوات، ومن خلال البحث في اتجاهات الشباب نحو ما يعرض ويقدم لها في الفضائيات من محتويات ورسائل.

---

(٢٣) <http://www.arabadvisors.com>.

إننا نكرر للمرة الثانية أن استقراء ذلك ضمن هذا الكمّ الهائل من الفضائيات، وهذا العدد الهائل من الشباب في البلدان العربية، بالإضافة إلى تنوّع الحاجات والمحتويات، يجعلنا نقارب المشكلة أو نحاول حصر أهم ملامحها، وتبقى الدراسات التحليلية والميدانية كفيلة بوضع إجابات أكثر دقة وأكثر تعبيراً عن الظاهرة.

ويمكن تفصيل حضور الشباب في شبكات برامج الفضائيات العربية من خلال القنوات والبرامج الآتية:

(١) القنوات الموجّهة إلى الشباب

عند البحث في سجل القنوات الفضائية العربية، لم نجد إلا الجزء اليسير من القنوات الموجّهة إلى الشباب، ونعتقد أن ذلك يمكن تفسيره بصعوبة تحديد هذه الفئة. ويمكن أيضاً إرجاع ذلك ـ كما سنرى لاحقاً ـ إلى أن قنوات الغناء والرياضة والدردشة في غالبها موجّهة إلى هذه الفئة.

ومن أهم القنوات العربية الموجّهة إلى الشباب نجد: «قناة تونس ٢١» (أي قناة تونس للشباب)، وهي من أقدم القنوات العربية الموجهة إلى الشباب (ظهرت في العام ١٩٩٤)، وتقدّم برامج شبابية، على غرار: «الحق معاك، همزة وصل»، وهو برنامج يتناول شؤون الشباب المهاجر في أوروبا بخاصة، ويحاول البرنامج ربطه ببلده الأصل من خلال التحقيقات والحصص الخاصة حول هذه الشريحة من المجتمع التونسي. وهناك «قناة ليبيا الشبابية»، وقناة «النادي» الليبية، وقناة «مودرن تي. في.»، وهي قناة مصرية شبابية تهتم بالوظائف والأزياء والصحة وطرق العيش. كما نجد أيضاً إلى جانب هذه القنوات، قناة «جائزة دبي»، وهي تقدّم برامج للشباب في مختلف الأعمار والجنسيات لقياس مهاراتهم وقدرتهم على ترتيل وحفظ القرآن الكريم. وهناك أيضاً قناة «سبا» اليمنية، وتقدّم برامج تعليمية وشبابية ورياضية، ومن أهم برامجها: «شباب في الزاوية»، و«طريق الأمل»، و«صفحات الخميس»[٢٤].

(٢) البرامج الموجهة إلى الشباب

اهتمت الفضائيات العربية بالشباب، حكومية أكانت أم خاصة، جامعة أم متخصّصة، وذلك بالنظر إلى نسبة الشباب على الخريطة الديمغرافية في البلدان العربية. ويمكننا أن نصنّف هذه القنوات كالآتي:

---

(٢٤) تمّ الحصول على هذه المعلومات من المواقع الإلكترونية للقنوات المذكورة في المتن والموجهة إلى الشباب.

ـ القنوات الرياضية: من خلال الرهان على نسب كبيرة من الشباب المشاهد، والملاحظ هو الزيادة المتواصلة لمثل هذه القنوات، وأبرزها باقة قنوات «الجزيرة» الرياضية.

ـ قنوات الموسيقى والمنوّعات: مثل قناة «سترايك» (Strike)، وقناة «جرس»، وقناة «سوالف».

ـ قنوات الموضة: مثل «TXT».

ـ قنوات تليفزيون الواقع: مثل قناة «AL HAWA SAWA».

ـ قنوات الدردشة: مثل قناة «SMILE TV»، وهي قناة تسلية.

ـ القنوات الترفيهية: مثل «SAHAR TV\Star Academy»، و«تلفزيون المنتدى».

وفي الواقع، فإن عدد هذه القنوات يمثل الأغلبية، وتشير العديد من الدراسات التي أجريت في العديد من البلدان العربية إلى توجه الاستثمارات نحو هذه الفئة من القنوات، لكن يبقى الشيء الملاحظ أن الاستثمارات يوجّهها حافز الربح، وبالتالي يمكن القول إن هذه الفضائيات المتنامية، وكذلك البرامج الشبابية، تأتي في الغالب ضمن قالب الإثارة والعزف على الجوانب المثيرة في هذه الفئة، وحتّى بالنسبة إلى برامج الدردشة والتفاعلية فإنها قائمة على اجتهادات شخصية لم يشارك الشباب في ابتكارها.

نشرت جريدة **لوفيغارو** (*Le Figaro*) الفرنسية في ١٠ كانون الأول/ ديسمبر ٢٠٠٢ الخبر الآتي: «تناضل «جمعية المشاهدين» في فرنسا منذ مدّة من أجل أن يكون أحد أعضائها عضواً في المجلس الأعلى للسمعي بصري (CSA) المتكوّن من تسعة أعضاء، في أثناء تجديد عضوية ثلاثة أعضاء في كانون الثاني/ يناير ٢٠٠٣ بحجة أن من حقّ المشاهدين أن يكونوا ممثلين في مناقشة كلّ ما يتعلق بشبكة برامج التليفزيون الذي يشغل يومياً ثلاث ساعات من وقتهم»[٢٥].

ويمثل الجدول الرقم (٧ ـ ٢) عيّنة من القنوات المتخصّصة التي تتوجه ببرامجها إلى الشباب بالدرجة الأولى:

---

(٢٥) *Le Figaro*, 10/12/2002.

الجدول الرقم (٧ ـ ٢)

القنوات المتخصّصة التي تتوجّه ببرامجها إلى الشباب

نوع القناة	شبكة حكومية	شبكة خاصة
الموسيقى والمنوّعات	٤	٧٩
الرياضة	١١	٤٠
الترفيه	صفر	٣٠
الدردشة	صفر	١٢
تليفزيون الواقع	صفر	١
الموضة	صفر	١
المجموع	١٥	١٦٤

المصدر: مستخرج من إحصاءات اتحاد إذاعات الدول العربية (٢٠٠٩).

ومن خلال الجدول الرقم (٧ ـ ٢) يمكننا التأكيد أن الشباب العربي اليوم هو تحت هيمنة الهيئات والمحطات التليفزيونية الخاصة، ويبدو أن الإعلام الحكومي أو الرسمي قد استقال من مهامه، أو فوّض جزءاً كبيراً منها للإعلام الخاص الذي لا نختلف في كونه جزءاً من الإعلام الوطني، وبإمكانه المساهمة في الجهد الوطني العام، وفي مجال الرقي بالشباب والاستجابة لتطلعاتهم.

لكن في المقابل، يجب التنبيه إلى ضعف هذا الإعلام على المستوى التنظيمي؛ فما عدا بعض الاستثناءات، نجد أنّه لم يرقَ إلى منظومة إعلامية صلبة، ومعظم الفضائيات العربية تعاني أزمات مالية وإدارية بسبب غياب التخطيط. ولعل صفقة بيع شبكة «راديو وتليفزيون العرب» لقنواتها الرياضية لصالح قناة «الجزيرة» الرياضية، وإعادة هيكلة شبكة قنوات «روتانا»، وإغلاق قناتين لعدم جدواهما الاقتصادية، ونقل الكثير من البرامج إلى القاهرة التي توفر استوديوهاً ومرافق أقل من أية عاصمة أخرى، يعبّر بوضوح عن أزمة الفضائيات العربية الخاصة[٢٦]، وقد لخّصها بعض الباحثين في الجوانب الآتية:

---

(٢٦) الشرق الأوسط، ٣١/ ١٢/ ٢٠٠٩.

ـ عدم التخطيط الجيد للمستقبل.

ـ هيكلة وآلية لا تتوافقان مع الإمكانات المادية.

ـ الاعتماد على إنتاج برامج أقل تكلفة، وذلك على حساب المحتوى والمضمون.

ـ المنافسة غير الشريفة بين عدد من القنوات.

ـ التوجه نحو برامج الإثارة من خلال الموضوعات السياسية المثيرة، وموضوعات الفضائح والجنس وغيرها.

ـ عدم ارتقاء العديد من الفضائيات إلى مستوى التنظيم الذي يساعد على إدارة الفضائية كمؤسسة إعلامية.

في المقابل، يعاني الإعلام الفضائي الحكومي ما يلي:

ـ هجرة الكفاءات إلى الهيئات الخاصة، لما تقدّمه من إغراءات، وبخاصة في مجال الأجور والحوافز.

ـ شيخوخة العاملين في القطاع.

ـ غياب المبادرة الفردية بسبب الالتزام المبالغ فيه بدفتر شروط المؤسسة.

ـ غياب فكرة الاحتراف في مجال العمل التليفزيوني.

ـ تحول المؤسسات الإعلامية إلى أجهزة بيروقراطية.

ـ الرقابة والرقابة الذاتية الممارسة على إنتاج البرامج والمحتويات الإعلامية.

رابعاً: فضاءات الشباب العربي بين أجندتي الإعلام الحكومي المؤدلج والإعلام التجاري الخاص

يلاحظ على الشباب العربي في الوقت الراهن أنّه محل تجاذب بين إعلامين: الإعلام **الأول** هو الإعلام الحكومي الذي يرى أن أولويات العمل الإعلامي والتليفزيوني، على الخصوص، هي تحقيق الأولويات والوظائف الآتية، وهي: الإعلام، والتربية، والترفيه. هذا الإعلام، كما يرى أحد المختصّين، هو إعلام عمومي، وعليه فإن أية قناة عمومية تستجيب لدفتر الشروط، وبالتالي لا تعتمد كلية في مجال تقديم البرامج على كمية المشاهدين.

نلاحظ هذا بوضوح في القوانين الداخلية ودفتر الشروط في المؤسسات التليفزيونية الحكومية. لنقرأ ما جاء في دفتر شروط المؤسسة الوطنية للتليفزيون الجزائري(٢٧):

طبقاً للمرسوم التنفيذي الرقم ٩١ ـ ١٠١، فإن المؤسسة باعتبارها مؤسسة للخدمة العمومية، تضمن كلّ النشاطات، كالإعداد والإثراء والإنتاج والتوزيع للبرامج على كامل التراب الوطني، لأجل غايات محددة هي الإعلام والتثقيف والترفيه، وعلى المؤسسة ضمان تعددية واستقلالية المعلومة (الإعلام)، وتشجيع الاتصال الاجتماعي المعدّ من قبل الحكومة والهيئات التابعة له. وعليه، فإن المؤسسة، وفي الإطار نفسه، يجب أن تقوم بالمهام والوظائف الآتية:

ـ تغطية كلّ نشاطات الحكومة.

ـ تغطية الحملات الانتخابية.

ـ نقل مناقشات البرلمان.

ـ تغطية نشاطات الأحزاب السياسية والجمعيات والنقابات.

ـ بثّ وتغطية البرامج ذات الطابع الثقافي والديني.

ـ بثّ البرامج ذات الطابع المتخصّص، كالأحوال الجوية.

والحالة نفسها مع التليفزيون في اليمن(٢٨).

جاء في المادة (٥) ما يلي: تعتبر المؤسسة (الإذاعة والتليفزيون) مؤسسة رسمية وطنية تمتلكها الدولة، وتعتبر من المؤسسات ذات النشاط الإعلامي الخدمي والاقتصادي، وتهدف إلى تحقيق الأغراض الآتية:

١ ـ الأداء الكفوء للخدمة الإذاعية والتلفزيونية، وضمان توجيهها إلى خدمة الشعب والمصلحة الوطنية والتنمية الاقتصادية والاجتماعية، وإلى تطوير نشاط ومفاهيم الإعلام الإذاعي بنوعيه (المسموع والمرئي)، وكذا إلى إرساء القواعد والقيم الأخلاقية والروحية وتعميق الوحدة الوطنية.

---

(٢٧) Entreprise nationale de television [ENTV], «Le Rapport annuel d'activité de l'établissement,» Alger, 1996, p. 2.

(٢٨) <http://www.yemen-tv.net>.

٢ ـ الإسهام في التعبير عن مطالب المواطنين ومشكلاتهم وقضاياهم الحيوية.

٣ ـ تجسيد وبلورة السياسة العامة للدولة في كافة المجالات.

٤ ـ تكريس حقّ المواطنين في المعرفة وحرية التفكير، وتسهيل حصولهم على المعلومات المرتبطة بحياة المجتمع.

٥ ـ تنمية قيم العقل والعلم والمعرفة، وتشجيع الطاقات الإبداعية، والاهتمام بالبحث العلمي، بما يلبّي احتياجات التنمية الوطنية الشاملة.

٦ ـ رفع مستوى وعي المواطنين بالتاريخ والتراث اليمني والعربي والإسلامي والإنساني، والمساهمة في تحقيق الانتشار للثقافة الوطنية.

في المقابل، راهنت الفضائيات الخاصة الجديدة على كسر الخطاب السياسي الفجّ للإعلام الرسمي، رغم البحث الدائم عن الإثارة والمواجهة، بهدف كسب المزيد من المشاهدين. وقد حققت نجاحات ملموسة، بخاصة الفضائيات التي ركّزت في برامجها على البرامج الجاذبة للشباب، كالرياضة والتسلية والترفيه، والأخبار الخفيفة، والبرامج الحوارية المبنية على تعدد الآراء أو الرأي والرأي الآخر. وقد انتبهت بعض الفضائيات الحكومية إلى هذا التوجّه، وبخاصة بعد أن أكدت استطلاعات أجرتها على بعض مواقعها الإلكترونية ما يريده الجمهور في عصر السماوات المفتوحة. فقد استطلعت القناة «تونس ٧» عيّنة قوامها ١٦٣٧ مفردة حول سؤال: ما الذي يشدّك في برامج التلفزة التونسية؟ فكانت الإجابات بالنسب الآتية(٢٩):

ـ البرامج الأخبارية: ٢٠ بالمئة.

ـ البرامج الرياضية: ٢٣ بالمئة.

ـ المنوّعات والسهرات الغنائية: ٢٢ بالمئة.

ـ المسلسلات والأعمال الدرامية: ٣٥ بالمئة.

وهكذا نلاحظ توجّه الجمهور أكثر نحو الترفيه والتسلية، بالرغم من أن الاستطلاع كان موجهاً من قبل القائمين عليه، لأنه استبعد البرامج الثقافية والتعليمية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها، وهي بهذا الشكل أو ذاك تحتل حيّزاً في شبكة البرامج المقدمة

(٢٩) <http://www.tunisie7.tn>.

في القناة. وأمّا الإعلام الفضائي **الثاني** فهو الخاص، حيث بدت الدراسات التي أجريت منقسمة بين رؤيتين(٣٠):

أ ـ الرؤية الأولى: ترى أن الإعلام العربي بصفة عامة، والخاص بصفة خاصة، يحظى باهتمام متزايد من قبل الشباب. ففي دراسة أجريت في الجزائر في مطلع الألفية الحالية تمّ تأكيد إقبال الشباب الجزائري على الفضائيات، وبخاصة العربية. فقد احتلت قناة «MBC» (الأخبارية حينها) المرتبة الأولى ضمن القنوات الفضائية العربية والأجنبية المشاهدة عبر البرابول، ثمّ قناة «العربية»، ثمّ القناة الفرنسية الأولى «TF1»، ثمّ قناة «M6»، بعدها قناة «ART».

وكشفت دراسة أجريت في العام ٢٠٠٤، أن الشباب الجزائري يتابع الأخبار في القنوات التليفزيونية العربية بالدرجة الأولى، حيث احتلت قناة «الجزيرة» الصدارة بنسبة ٥٨,٢٥ بالمئة، تليها قناة العربية بـ ١٢,١٩ بالمئة، ثمّ «TF1» بنسبة ٨٢,١٠ بالمئة(٣١).

وتوصلت دراسة لمركز البحوث الاجتماعية والجنائية في مصر إلى أن هناك إقبالاً من الشباب على الفضائيات، وكذلك القنوات الأرضية، وبرر أفراد العيّنة أن سبب الإقبال يكمن في «الحرية والجرأة» التي تتمتع بها هذه القنوات. وفي ما يتعلق بالقنوات المفضلة، فقد احتلت قناة «الجزيرة» المقدمة بـ ٦٠,٤ بالمئة، تلتها قناة «MBC» بنسبة ٣٨,٧ بالمئة، ثمّ قناة «ART» بنسبة ٣٢,٤ بالمئة. أما نسبة المشاهدة من الشباب لهذه القنوات، فقد بلغت ٩٤,٢ بالمئة من المشاهدة المنتظمة والمشاهدة بين الحين والآخر(٣٢).

ب ـ الرؤية الثانية: هي رؤية مضادة، ترى أن البث الفضائي العربي يعيش أزمة، حيث أكدت عدة دراسات، منها دراسات قدمت إلى المنتدى السنوي الخامس لجمعية الإعلام والاتصال في السعودية، أن حوالى ٣٠٠ قناة عربية تعاني شبح الإفلاس والتوقف، بسبب ضعف التمويل، وضعف الكفاءات الإعلامية، ونقص البرامج، وغياب الضوابط والقوانين المنظّمة(٣٣).

---

(٣٠) عبد الله بوجلال [وآخرون]، **القنوات الفضائية وتأثيراتها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري: دراسة نظرية وميدانية** (الجزائر: دار الهدى، ٢٠٠٠)، ص ١٦٢.

(٣١) محمد شطاح، **الإعلام التلفزيوني: نشرات الأخبار ـ المحتوى والجمهور** (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٧)، ص ١٦٤.

(٣٢) <http://www.middle-east-online.com>.

(٣٣) <http://www.ammounnews.net>.

وتبلغ حالة الحذر ذروتها عندما تشير إحدى الإعلاميات إلى أن المئات من القنوات الفضائية العربية والمحلية هي في حالة سباق محموم من أجل كسب الشباب عن طريق برامج للمسابقات، وأخرى للمغامرات، وما بينها برامج للتسلية وطلب الأغنيات، الأغلبية منها نسخ لبرامج أمريكية وفرنسية. ويمكن الإشارة في هذا السياق إلى برامج «تليفزيون الواقع» التي انتشرت في الفضائيات العربية، رغم أن بعضها يتنافى وقيم المنطقة. ومن هذه البرامج ستار أكاديمي (Star Academy)، وستار أكاديمي المغرب، والوادي، وإكسير النجاح، وغيرها(٣٤).

ورغم تعلق الشباب العربي بهذه البرامج لفترة معينة، يمكن اعتبارها فترة الانبهار، فإن السنوات الأخيرة كشفت عن بداية عزوف الشباب عن برامج الفضائيات العربية، ومنها الخاصة، والسبب في اعتقادنا هو وقوع القائمين عليها في العديد من الأخطاء المهنية، بسبب نقص التجربة، وبسبب المنافسة المحتدمة في ما بينها، وبسبب اللهث وراء الربح والإعلانات.

هذه الأخطاء التي تحولت في اعتقادنا إلى سمات للعديد من الفضائيات الخاصة، والكثير من برامج الإعلام الفضائي العربي بصفة عامة، يمكن رصدها في ما يلي:

ـ **التكرار**: نلاحظ تكرار الكثير من البرامج، سواء داخل القناة الواحدة أو في العديد من القنوات، بدون أي تجديد، الأمر الذي يؤدي إلى ملل المشاهدين. ومن الأمثلة على ذلك بعض البرامج الحوارية، وبعض الأفلام والمسلسلات المكسيكية والتركية، وحتّى بعض من الدراما التاريخية السورية.

ـ **النسخ والسلخ والمسخ**: لقد استعرنا هذه المصطلحات من ظاهرة السرقات الأدبية، ومعناها لجوء بعض الفضائيات إلى القيام بعرض البرامج المعروضة، بخاصة في الفضائيات، كأنها نسخة أصلية عنها، أو تقليد جزء منها في الشكل أو المضمون، أو التقليد مع تشويه البرنامج المقلّد، فيصبح العمل مشوّهاً ويقصر عن بلوغ أهدافه(٣٥).

---

(٣٤) للمزيد، انظر: نصر الدين لعياضي، «"تلفزيون الواقع" في المنطقة العربية: بين التجانس الثقافي والنسبية الثقافية،» في: حسن مظفر الرزو [وآخرون]، **ثورة الصورة: المشهد الإعلامي وفضاء الواقع**، سلسلة كتب المستقبل العربي؛ ٥٧ (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨)، ص ١٣٧ ـ ١٧٣.

(٣٥) عرض ابن الأثير الجزري في المثل السائر فصلاً طريفاً في سرقات الشعراء، ومما جاء فيه:

«واعلم أن علماء البيان قد تكلّموا في السرقات الشعرية فأكثروا وكنت ألفت فيه كتاباً وقسمته ثلاثة أقسام: نسخاً وسلخاً ومسخاً.

أما **النسخ** فهو: أخذ اللفظ والمعنى برمته من غير زيادة عليه مأخوذاً ذلك من نسخ الكتاب. =

ـ **السطحية والابتذال**: يتم ذلك، سواء في ما يتعلق بالموضوعات المعالجة التي تفتقر إلى المختصين، وعمق المعالجة، ونقص الحجة، وضعف أساليب الإقناع، والسطحية والابتذال اللذين يطالان الأفكار واللغة على حدّ السواء.

ـ **المناسباتية**: يفتقر العديد من الفضائيات الخاصة إلى شبكة برامج أو دورة برامجية خاصة؛ وهكذا يطغى الطابع المناسباتي على الموضوعات المعروضة والمعالجة. وعليه، يكون العرض في الغالب باهتاً ومتسرّعاً، ولا نستطيع من خلاله أن نحدد ملامح هوية الفضائية.

خامساً: نحو إفلاس محتويات الإعلام الفضائي وهجرة الشباب إلى فضاءات إعلامية جديدة

تميّزت فترة التسعينيّات من القرن الماضي، ومطلع الألفية الحالية بانبهار غير مسبوق من لدن المشاهد العربي بما تقدّمه الفضائيات من برامج، وربما نجد لذلك تبريرات أهمها:

ـ الحاجة إلى الجديد والرغبة في التطوير، والابتعاد عن رتابة الإعلام العربي الحكومي الذي ظلّ لفترة طويلة أسير أطروحاته وتصوّراته، لما يجب أن يقوم به الإعلام تجاه المواطن على العموم، والشباب على الخصوص.

ـ جرأة الإعلام الفضائي الخاص في تناول موضوعات ظلت محرّمة على المشاهد العربي، في العديد من المجالات السياسية والثقافية والاجتماعية.

ـ الاستفادة من ثورة تكنولوجيات الاتصال والتقنية الرقمية، في إعطاء أبعاد جمالية للعرض التلفزيوني.

ـ فشل الإعلام العربي ما قبل الفضائي في تحقيق تطلعات الشباب العربي في مجالات عدة.

= أما **السلخ** فهو: أخذ بعض المعنى مأخوذاً ذلك من سلخ الجلد الذي هو بعض الجسم المسلوخ.
وأما **المسخ** فهو: إحالة المعنى إلى ما دونه مأخوذاً ذلك من مسخ الآدميين قردة.
لمزيد من التفاصيل، انظر: أبو الفتح ضياء الدين بن الأثير الكاتب، **المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر** (بيروت: دار الكتب العلمية للنشر، ١٩٩٨).

ولكن، مع مرور السنوات، ومع تعدد القنوات، ثبت للمشاهد العربي أن الفضائيات الجديدة، وفي أغلبها، هي مجرد إعادة استنساخ لما هو موجود من القنوات أو البرامج، هذا فضلاً على أن هذه الفضائيات في مجملها تحاول قلب أولويات الشباب العربي بالشكل الذي يخدم رقم أعمالها ليس إلا.

إن العمل الإعلامي في البداية والنهاية هو إضافة إلى رأس مال الأمة الذي عبّر عنه د. عبد الرحمن عزي بـ «الرأسمال القيمي»، وهو «كلّ ما يتعلق بقيم المجتمع ومعانيه الثقافية التي تشكّل هويته وانتماءه إلى بيئة حضارية ذات أبعاد إنسانية علمية». ويضيف هذا الأخير: «نظرياً، يكون الرأسمال القيمي المرجع في أداء كلّ من الرأسمال المادي والرمزي، فالترابط بين العناصر الثلاثة المكونة للرأسمال أساس البناء الحضاري»[٣٦].

وهذه هي الحلقة المفقودة في الفضائيات العربية، فباستثناء بعض الفضائيات التي حملت هذا الهمّ، يتجه الإعلام الفضائي العربي كلّ يوم إلى فضاءات أخرى بعيدة عن تطلعات الشباب العربي في مطلع الألفية الحالية. وهذا ما يدفعه إلى البحث عن فضاءات جديدة للتعبير عن آماله وآلامه. وفي الوقت الراهن قد توفر الوسائط الجديدة للإعلام الجديد ملاذاً مناسباً للشباب لكي يعبّر عن ذاته وتطلعاته.

ونعتقد أن ملامح إفلاس المضامين والمحتويات يمكن تلمّسها من خلال:

١ ـ **عوامل تندرج ضمن الحتمية التكنولوجية**: وهي أن تكنولوجيات الاتصال تتطور باستمرار، وكذلك الوسائل، وكل تطور يؤدي إلى عادات وأنماط جديدة للاستهلاك والتعرض والاستخدام.

٢ ـ **عوامل مرتبطة بالقائمين على الفضائيات**: وهنا نجيب باختصار عن السؤال الذي يطرح عادة، وهو: هل يتمّ إعداد برامج الفضائيات العربية بناء على دراسات ميدانية، ونتائج قياس المشاهدة، أم أن الأمر يتم بحسب الظروف والمناسبات، ويندرج ضمن مخاطرة رأس المال المادي فقط؟

٣ ـ **عوامل مرتبطة بالجمهور**: هل الجمهور المشاهد تلقّى بهذا الشكل أو ذاك تكويناً جيداً لقراءة ومتابعة المضامين التي تقدّمها الفضائيات، وهل حان الوقت لكي يدرج ذلك ـ كما فعلت الدول المتقدمة ـ ضمن دروس مقاعد الدراسة؟ بمعنى آخر،

---

(٣٦) عبد الرحمن عزي، «"الرأسمال الرمزي الجديد": قراءة في هوية وسوسيولوجية الفضائيات في المنطقة العربية،» في: الرزو [وآخرون]، المصدر نفسه، ص ٨٩ ـ ١٢١.

هل بات من الضروري الحديث عن «تربية إعلامية للجمهور»، كما هو الحال مع التربية الغذائية والتربية الصحية وغيرها من ضروب التربية[٣٧]؟

٤ ـ **عوامل مرتبطة بالمضمون** ـ وقد تناولناها في ما سبق ـ من خلال طبيعة شبكة البرامج، وهذا إن وجدت شبكة برامج للعديد من الفضائيات العربية.

٥ ـ **عوامل مرتبطة بالوسيلة**: عندما نتأمل في ما تقدمه العديد من الفضائيات العربية من برامج والجوانب التي يتمّ التركيز عليها، نستحضر المقولة الشهيرة لمارشال ماك لوهان: «الرسالة هي الوسيلة» التي لم يعُد لها سند في الواقع ـ بعد انتشار التليفزيون، وظهور الجمهور المشارك ـ إلا في أذهان القائمين على الفضائيات العربية، حيث يعتقد الكثير منهم، أن التركيز على التكنولوجيا والعناصر المرئية من صورة عالية الوضوح، وديكور افتراضي، قد يكون كفيلاً بإرضاء رغبة المشاهد، رغم أن ذلك لا يستمرّ سوى إلى حين.

٦ ـ **عوامل متعلّقة بالبيئة التي تعمل فيها الفضائيات العربية**، وكل ما تحمله كلمة بيئة من مدلولات سياسية وثقافية واجتماعية، وهل الفضائيات العربية كوسائل للاتصال الجماهيري تراقب هذه البيئة، كما ذهب إلى ذلك هارولد لازويل، أم أن البيئة هي التي تراقب عمل الفضائيات؟ وفي اعتقادنا أن الاحتمال الثاني هو الأقرب، باعتبار أن عملة القائمين على الفضائيات العربية، ولا سيما الخاصة هي: «إن الجمهور يريد هذا».

خاتمة

يشرف العقد الأوّل من الألفية الثالثة على الانتهاء، بدون أن يستفيد الشباب العربي من «لحظة الفضائيات» التي قد لا تتكرّر، بسبب التطور الهائل في الاتصال وتكنولوجيات الاتصال، وفي طرق وعادات وأنماط استخدامات وسائل الاتصال الجماهيري، ومنها القنوات الفضائية.

ينقضي أو يكاد ينقضي العقد الأوّل، والسؤال نفسه سيظل مطروحاً، وهو: ماذا قدّمت الفضائيات العربية إلى الشباب العربي خلال هذه المدّة؟ والإجابة هي مزيد من التسلية والترفيه، ولكن أية تسلية، وأي ترفيه؟

(٣٧) Olivier Gagnier, «Pour une lecture critique de la television,» *Communication et langages*, vol. 50. no. 1 (1981), pp. 42-53.

ماذا قدّمت الفضائيات بخصوص أولويات الشباب التي لخصنا بعضها في: العمل والتعليم، الصحة والهجرة؟ هل ساهمت في الاستجابة لهذه الأولويات؟

الإجابة هي أن العديد من الفضائيات العربية نجحت في قلب أولويات الشباب العربي، وأعادت ترتيبها من خلال المزيد من الابتعاد عن الواقع والاغتراب عنه، والتكريس لقيم جديدة، هي قيم الاستهلاك المعولم، وقيم المغامرة واقتناص الفرص، بواسطة برامج التسلية والترفيه التي غرست في الشباب العربي قيمة أن النجاح «ضربة حظّ»، بفضل الكمّ الهائل من برامج تليفزيون الواقع، وبرامج التسلية والمسابقات.

في المقابل، ظلّ الإعلام الفضائي الحكومي حبيس سياسات فوقية، مغيّباً في أغلبيته للمشاهدين ـ ومنهم الشباب ـ في صنع المحتويات والمضامين الإعلامية.

أخيراً، فإن الإعلام الفضائي العربي ـ الحكومي والخاص ـ وإذا كان قد حقق طفرة نوعية في امتلاك الوسائل وتطوير القاعدة التقنية، فإن المحتويات والرسائل بقيت سجينة السياسات الرسمية ومغامرات القطاع الخاص، ولم تواكب هذا التوجّه والامتداد.

وعليه، فإننا لا نبالغ إذا قلنا إن الشباب العربي سيودّع العقد الأوّل من الألفية الثالثة، بالانشغالات نفسها، والتطلعات نفسها، والتوقان نفسه، إلى غد إعلامي عجزت الفضائيات العربية عن رسم بعض ملامحه، وسيهاجر إلى فضاءات جديدة في الإعلام الجديد، باحثاً عن إجابات لأسئلة كثيرة فشل الإعلام الفضائي العربي في الإجابة عنها، رغم بعض الاستثناءات طوال عقدين من المشاهدة والتعرّض والاستخدامات.

القسم الثاني

الاتصال، الإعلام والقيم

الفصل الثامن

الأطفال والفضائيات: الآثار النفسية المترتبة على مشاهدة الأطفال للقنوات الفضائية

محمود شمال حسن(*)

مقدمة

استهدف البحث الحالي، الكشف عن الآثار النفسية المترتبة في مشاهدة الأطفال للقنوات الفضائية. ولتحقيق هذا الهدف، اعتمد الباحث على قائمة الآثار النفسية التي أعدت لهذا الغرض، وقد اختيرت عيّنة البحث الحالي من الآباء والأمهات العاملين في الدوائر الرسمية والمهن الحرة، إذ بلغ حجمها ٢٠٠ فرد، طلب منهم تحديد الآثار النفسية المترتبة على مشاهدة أطفالهم للقنوات الفضائية.

وأظهرت النتائج أن ثمة آثاراً نفسية إيجابية أسهمت القنوات الفضائية في تنميتها لدى الأطفال، أدت إلى تحسين مستوى حياتهم، ومن ثم إثراء معلوماتهم في ما يتصل بالعالم المحيط بهم. كما أظهرت النتائج أن ثمة آثاراً نفسية سلبية أسهمت القنوات الفضائية في تنميتها لدى الأطفال، ومنها على وجه التحديد تنمية السلوك العدواني في أثناء التفاعل مع الأقران، وترديد الأغاني غير المفضّلة، واكتساب بعض الأنماط السلوكية غير المقبولة اجتماعياً، وكذلك اكتساب عادات سلوكية غير مفضّلة. كما أن مشاهدة القنوات الفضائية أدت إلى إشاعة الكسل والخمول بين صفوف الأطفال، إلى جانب خفض مستوى إنجازهم الدراسي.

(*) كلية الآداب، الجامعة المستنصرية ـ العراق.

وينطلق البحث الحالي من الفكرة القائلة إن الأطفال أكثر تأثراً بالمشاهدة التلفزيونية من أولئك الكبار؛ وربما يعود السبب إلى محدودية خبراتهم الحياتية، وقلة محصولهم المعرفي الذي لا يؤهلهم لتفسير الوقائع التي يشاهدونها، وهو الأمر الذي يجعلهم أكثر تأثراً بإيحاءات الصورة، تلك الصورة التي ترسل إليهم فيضاً من الوقائع والأحداث، إذ يجدون فيها عالماً غريباً لم يألفوه في الحياة الواقعية؛ ولأنه غريب عليهم وفيه شيء من الجدّة، فقد يصعب على هؤلاء فهمه واستيعابه. والحقيقة، إن هذا الرأي له ما يسنده على صعيد الدراسات الميدانية. فلقد توصلت إحدى الدراسات إلى أن الأطفال الذين راوحت أعمارهم بين ٣ ـ ٥ سنوات، يرون أن الشخصيات التي تظهر في المسلسل الكارتوني «بوجي وطمطم» هي شخصيات حقيقية، فضلاً عن كونها كائنات حيّة، أي تستطيع أن تسمعنا وترانا[1]. في حين يرى الأطفال الكبار الذين راوحت أعمارهم بين ٦ ـ ٨ سنوات نقيض ذلك، فهم يرون أن شخصيات المسلسل عبارة عن صور تلفزيونية، وأنها غير واقعية. وهي، إلى جانب ذلك، لا تستطيع أن تسمعنا أو ترانا[2]. وتلك إشارة صريحة إلى أن التقدم في العمر سيدفع الأطفال إلى تجريد الأشياء المحيطة بهم من الصفة الأحيائية، بمعنى أن هؤلاء الأطفال سيكونون أكثر قدرة على التمييز بين الجمادات والكائنات الحيّة. كذلك، فان التقدم في العمر سيجعلهم يدركون التنبيهات الحادثة في البيئة الاجتماعية بطريقة أقرب إلى الواقع، وأبعد من الخيال.

ومن هنا تبرز أهمية البحث الحالي استناداً إلى المسوّغات التالية:

١ ـ أن الدراسة الحالية ستعمد إلى التحقق من صحة الرأي القائل إن الأطفال أكثر تأثراً بما يشاهدونه من وقائع وأحداث عبر القنوات الفضائية.

٢ ـ أن الدراسة الحالية ستعمد إلى الكشف عن طبيعة الآثار النفسية المترتبة على مشاهدة الأطفال للقنوات الفضائية، سواء كانت هذه الآثار إيجابية أو سلبية.

٣ ـ أن الكثير من الأطفال يشاركون الكبار في مشاهدة البرامج التلفزيونية، سواء كانت هذه البرامج مفضّلة لأعمارهم أو أنها غير مفضّلة.

والمهم أن مشاهدة الأطفال لبرامج متنوعة، ومن توجهات أيديولوجية مختلفة، سيؤدي والحال هذه إلى تشكيل اتجاهاتهم بطريقة تتناسب مع توجهات مرسل الرسالة.

---

(١) ليلى حسين محمود السيد، «إدراك الأطفال لواقع التلفزيون: صور ذهنية أم أشياء حقيقية،» في: أماني عمر الحسيني، **الإعلام والمجتمع: أطفال في ظروف صعبة ووسائل إعلام مؤثرة** (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٥)، ص ١١٨.

(٢) المصدر نفسه، ص ١١٨.

أولاً: الخلفية النظرية لمشاهدة الأطفال للقنوات الفضائية

يعدّ الأطفال من أكثر الفئات العمرية إعجاباً بالصورة التي يشاهدونها عبر التلفزيون؛ ولعل هذا الإعجاب يرجع، بطبيعة الحال، إلى الخصائص التي يتمتع بها هذا الجهاز من صوت وصورة وحركة وألوان، تلك الخصائص التي تجعل التلفزيون وسيلة جذّابة، وباعثة على الانبهار بالنسبة إليهم. ولأنه كذلك، فقد نال التلفزيون ثقة الأطفال وحظي بمصداقية لم تحظ بها قنوات الاتصال الجمعية الأخرى. وفي هذا الصدد، نشير إلى الدراسة التي أجراها هالوران، الباحث في ميدان الاتصال، إذ توصل من خلالها إلى أن ٩٧ بالمئة من الأطفال الذي هم في عمر ١١ سنة أشاروا إلى أنهم يثقون بالتلفزيون أكثر من القنوات الاتصالية الأخرى. وفي السياق نفسه، طُرح سؤال آخر على هؤلاء الأطفال مفاده: أنه في حال سماعكم قصة ما من المصادر التالية: الأبوين، المدرّس، الإذاعة، التلفزيون، فأي مصدر تصدقونه؟

تشير نتائج الدراسة إلى أن ٥٤ بالمئة من الأطفال أجابوا أنهم يصدقون الرواية الصادرة من التلفزيون[٣]. ولقد أُسندت هذه النتيجة بعدد من الدراسات الميدانية، نذكر منها الدراسة التي أجريت على الأطفال في مصر، إذ سُحبت عيّنة من الأطفال تراوح أعمارهم بين ١١ ـ ١٢ سنة، وطلب منهم الإجابة عن سؤال: هل معيشة الفلاح المصري التي يعرضها التلفزيون مطابقة لمعيشته الحقيقية؟

تشير النتائج، كما وردت على لسان عرابي (٢٠٠٢) إلى أن ٦١ بالمئة من عيّنة الأطفال أشارت إلى أن ما يشاهدونه عن معيشة الفلاح المصري مطابقة لمعيشته الحقيقية[٤].

وهنا نصل إلى مسألة لا بد من الإشارة إليها، وهي أن الأطفال يفضّلون متابعة الوقائع أو الأحداث عبر شاشة التلفزيون على نحو يفوق متابعتهم لها عبر قنوات الاتصال الجمعية الأخرى؛ وهذا يعود إلى أسباب عديدة نذكر منها:

١ ـ أن الصورة تعمد إلى تحويل الوقائع أو الأحداث إلى حركة مصحوبة بصوت، وهذا يفضي، بطبيعة الحال، إلى إضفاء نوع من التسلية والمتعة على الصورة.

---

(٣) جيمس هالوران، «بحث في موضوع الاتصال بالجماهير: التوجهات والمسؤوليات،» **البحوث**، العدد ١٠ (كانون الأول/ ديسمبر ١٩٨٣)، ص ١٦٧.

(٤) بلال عرابي، «قضايا في إعلام الطفولة،» **مجلة الطفولة والتنمية**، السنة ٢، العدد ٦ (صيف ٢٠٠٢)، ص ١٣٢.

٢ ـ أن ظهور شخصيات بشرية عبر شاشة التلفزيون، ومن فئات عمرية مختلفة، يولّد حالة من الألفة بين هذه الشخصيات وجمهور الأطفال، وما زاد من ألفة الأطفال لهذه الشخصيات هو تقاربهم في كثير من الخصائص مع الشخصية، ولعل ذلك يعدّ أحد أسباب تأثر الأطفال بالصورة.

٣ ـ ومن الأسباب التي تشير إلى تأثر الأطفال بالصورة أكثر من تأثرهم بقنوات الاتصال الأخرى هو أن متابعة الأحداث أو الوقائع عبر الصورة يقتضي منهم بذل جهد أقل، مقارنة بالجهد المبذول عند متابعة هذه الأحداث أو الوقائع عبر قنوات الاتصال الأخرى. وبذلك، فإن متابعة هذه الأحداث، تقتضي من الطفل أن يجلس قريباً من الشاشة، ثم متابعة الصورة المتدفقة، في حين تقتضي متابعة هذه الأحداث في قنوات الاتصال الأخرى القراءة كما هو حادث في الكتاب أو المجلة، أو الإنصات كما هو الحال في الإذاعة، أو قطع مسافة ما كما هو حادث في المسرح أو السينما.

إن هذه الأسباب هي التي جعلت الأطفال أكثر متابعة للخطاب التلفزيوني، ومن ثم أصبحوا بمرور الوقت أكثر تفضيلاً للمحتوى الوارد فيه.

وهنا لا بد لنا من إثارة التساؤلات التالية: هل يؤثر خطاب الفضائيات في سلوك جميع الأطفال، أم أن الأمر يقتصر على بعضهم، وليس كلهم؟ فإذا كان الأمر يقتصر على بعض الأطفال وليس كلهم، فمن هم هؤلاء الأطفال؟ وما هي خصائصهم النفسية والاجتماعية؟

وللإجابة نقول إن خطاب الفضائيات لن يكون مؤثراً في سلوك جميع الأطفال، وإنما سيكون التأثير محصوراً في سلوك بعضهم؛ ولأن التأثير سينحصر في سلوك بعضهم، فإن ثمة متغيّرات ستكون مسؤولة عن التأثير الحاصل في سلوكهم. وبطبيعة الحال، فإن هذه المتغيّرات ستتفاعل مع بعضها البعض لإحداث التأثير المطلوب، وفي هذا الصدد نشير إلى أهم هذه المتغيّرات:

١ ـ الجنس

يعدّ الجنس أحد المتغيّرات التي تسهم في تحديد معدلات المشاهدة التلفزيونية. فالإناث يصرفن وقتاً أكبر في المشاهدة مما يصرفه الذكور. ولعل ذلك يعود إلى أن الإناث يقضين أغلب الوقت في المنزل، الأمر الذي يترتب عليه الإكثار من المشاهدة في محاولة منهن للتخلص من الملل، فضلاً عن قضاء أوقات الفراغ. وهذا لا يعني

حقيقة أنهن أكثر تأثراً بالصورة التلفزيونية التي يتم التعرّض لها، وإنما يمكننا أن نقول إن معدلات المشاهدة، هي بطبيعة الحال، غير كافية لإحداث الأثر المطلوب. وحتى تكون هذه المعدلات مؤثرة، لا بد من مشاهدة برامج معيّنة بمضمون معيّن، بهدف إحداث تفاعل بين المتغيّرين (الجنس والمشاهدة)، وهذا سيفضي بالنتيجة النهائية إلى تشكيل اتجاه معيّن أو نمط سلوكي معيّن.

والسؤال الذي نثيره هنا: أي الجنسين أكثر تأثراً بمشاهدة الفضائيات؟

تشير الدراسات إلى أن الذكور أكثر تأثراً بما يشاهدونه على شاشة الفضائيات(٥)، وربما يعود السبب في ذلك إلى أن الذكور أكثر من الإناث بحثاً عن البرامج التلفزيونية الجاذبة للانتباه، أو تشتمل على قدر كبير من الإثارة. وقد يفضي هذا إلى اكتساب المزيد من المعلومات عن العالم المحيط بهم، وهذا سيقرر طبيعة الاتجاهات نحو الموضوعات المتعلقة بهذا العالم.

٢ ـ المستوى الاجتماعي ـ الاقتصادي

تشير الدراسات إلى أن المستوى الاجتماعي ـ الاقتصادي يُعدّ من المتغيّرات المهمة التي تسهم في عملية التأثر بالخطاب الوارد في الفضائيات، إذ ليس كل الأطفال في المستويات الاجتماعية ـ الاقتصادية الثلاثة يتأثرون بخطاب الفضائيات، بل إن هناك مستوى معيناً أكثر ميلاً إلى التأثر بالخطاب من المستويات الأخرى، إلا أن الدراسات تشير إلى أن أطفال المستوى الاجتماعي ـ الاقتصادي المتدني، هم أكثر تأثراً بما يشاهدونه(٦).

ويعود السبب في ذلك إلى أن أطفال هذا المستوى هم أكثر حرماناً من الناحية الاقتصادية، فضلاً عن قلة الأماكن الترفيهية المتوافرة في بيئتهم الاجتماعية، الأمر الذي يجعل التلفزيون وسيلة ترفيهية أكثر من غيره. كما أن هذه الوسيلة أصبحت غير مكلفة

(٥) محمود شمال حسن: «نحن والبث الفضائي: دراسة الآثار النفسية والاجتماعية المحتملة للبث الوافد من الفضاء في المجتمع العربي،» **دراسات اجتماعية** (بغداد)، السنة ١، العدد ٢ (حزيران/يونيو ١٩٩٩)، ص ٩٤؛ «سيكولوجية الخطاب في برامج البثّ الوافد من الفضاء،» **الحكمة** (بغداد)، السنة ٢، العدد ٩ (أيار/مايو ١٩٩٩)، ص ٩٦، و«المشاهدة التلفزيونية وإشكالية استثارة السلوك العدواني،» **الإذاعات العربية**، العدد ٢ (٢٠٠٢)، ص ١٠٢.

(٦) أوستن راني، **قنوات السلطة أو تأثير التلفزيون في السياسة الأمريكية**، ترجمة موسى جعفر (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، ١٩٨٦)، ص ١٨٥، ومحمود شمال حسن، **سيكولوجية الفرد في المجتمع: مدخل** (القاهرة: دار الآفاق العربية، ٢٠٠١)، ص ١٦٥.

بسبب امتلاك كل أسرة جهازاً منه، وبإمكان أفراد الأسرة مشاهدة البرامج ساعة يشاؤون. ولأن أفراد المستوى الاجتماعي ـ الاقتصادي المتدني يعانون ضنك الحياة وصعوبتها، فقد انشغل الأبوان بهموم المعيشة، وصار همهما الكدّ لأجل البقاء، الأمر الذي ترتب عليه ضعف الاهتمام بالأطفال وعدم متابعة شؤونهم الحياتية. ولعل عدم متابعة نوعية البرامج التي يتعرّضون لها قد أفضى إلى تشكيل سلوكهم بطريقة تتناسب مع نوعية البرامج التي يحرصون على مشاهدتها.

٣ ـ حجم الأسرة

تشير الدراسات التي أجريت في هذا الصدد إلى أن الأسرة التي يكون حجمها صغيراً، يكثر أفرادها من مشاهدة التلفزيون[٧]، ولا سيما الأطفال منهم على وجه التحديد، إذ إنهم يفتقرون داخل المنزل إلى أطفال في أعمارهم يشاركونهم ألعابهم، وهذا يفضي بطبيعة الحال إلى شعورهم بالفراغ، الأمر الذي يضطرهم إلى البحث عن أقران لهم خارج المنزل أو قضاء ساعات معيّنة بصحبة الأبوين. وللتخلّص من ضغط طلباتهم، قد يعمد الأبوان إلى حثّ أطفالهما على مشاهدة التلفزيون، أو يوفّران لهم بعض البرامج بهدف مشاهدتها، وهو الأمر الذي يفضي بالأطفال بمرور الوقت إلى تكوين عادات سلوكية تنطوي على متابعة برامج التلفزيون. وبالمحصّلة النهائية، يصبح هؤلاء أكثر ميلاً إلى التأثر بخطاب الفضائيات، ومن ثم يتشكّل سلوكهم طبقاً لنوعية الصورة التلفزيونية.

٤ ـ أساليب التنشئة الأبوية

تشير الملاحظات الميدانية إلى أن نوعية الأسلوب الذي يتّبعه الأبوان في تنشئة الطفل يقرر إلى حدّ ما نوعية المشاهدة التلفزيونية، بمعنى أن أساليب التنشئة التي تتسم بالتسلّط والعقاب تفضي بالطفل إلى مشاهدة الجريمة، وتلك التي تتسم بالإثارة، في حين أن أساليب التنشئة التي تتسم بالدفء والتقبّل تدفع الطفل إلى مشاهدة البرامج الاجتماعية وتلك التي تخلو من العدوان والجريمة. وبذلك، فان أساليب التنشئة تُعدّ متغيراً وسيطاً يعمد إلى تهيئة الأطفال لاستقبال الرسائل الواردة في خطاب الفضائيات.

---

(٧) عبد الله بو جلال، «الشباب الجزائري وبرامج التلفزيون الأجنبي: دراسة ميدانية،» **بحوث** (جامعة الجزائر)، العدد ٣ (١٩٩٥)، ص ٣٥، وحسن، «المشاهدة التلفزيونية وإشكالية استثارة السلوك العدواني،» ص ١٠٤.

٥ ـ نوعية البرامج التي يتمّ التعرّض لها

بات واضحاً أن أفلام الجريمة واللصوصية والسرقة ومطاردات الشرطة تكسب المشاهدين، ولا سيما الأطفال والمراهقين منهم، على وجه التحديد، نمطاً سلوكياً يتسم بالحيلة والخديعة. فلقد تبيّن من الملاحظات اليومية أن بعض المراهقين ارتكبوا جنحاً، نتيجة التأثر بأساليب المجرم، وقد أفضى بهم هذا التأثر إلى نمذجة أساليبه الإجرامية، أو بعبارة أخرى إن الطريقة التي ارتكبت بها الجريمة التلفزيونية اتبعها هؤلاء المراهقون بتفاصيلها كافة، ابتداءً من انتقاء الهدف، مروراً بمشاهدته، وانتهاءً باقتحامه والاستيلاء على ممتلكاته.

ومما له دلالة في هذا الصدد أن هؤلاء المراهقين الذين خرقوا المعيار الأخلاقي، لم يسبق لهم أن سجلوا مخالفات قانونية تذكر، وكان بعضهم يتمتع بمناخ أسري يتسم بالدفء، وآخرون يتمتعون بيسر اقتصادي، إلى جانب تمتعهم بقلة عدد أفراد أسرهم.

والحقيقة ، إن هذه الأوضاع تجعلهم أبعد عن الجنوح من غيرهم الذين يعانون مناخاً أسرياً مضطرباً، وضنك العيش، فضلاً عن المعاناة من الزحام داخل المنزل.

لقد وجد أن الصورة التلفزيونية التي يتعرّض لها المشاهدون من صغار السن، لا تعمد إلى جعلهم ينمذجون أنماطاً سلوكية تتصف بالحيلة والخديعة فحسب، وإنما تجعلهم أيضاً ينمذجون أنماطاً سلوكية تتصف بالحيطة والحذر والتجنّب، لئلا يقعوا في قبضة الشرطة[٨].

وهذا يعني أن أثر الصورة كان فعالاً في اتخاذ الحيطة والحذر من الشرطة، وتجنّب الوقوع في قبضتها، ومن ثم التواري عن أنظارها أثناء تنفيذ العمل الإجرامي.

وإذا نحن بحثنا عن الأسباب التي تجعل هؤلاء أكثر من غيرهم تأثراً بهذا النمط من السلوك، نجد أن مشاهدة المجرم وهو يرتكب الإجرام، قد استثار إعجابهم من قدرته على التخطيط للجريمة، ومن ثم تنفيذها. ومما زاد من إعجابهم بالمجرم، قدرته الفائقة على إخضاع الآخرين لإرادته وفرض مطالبه عليهم. وربما يعود سبب التأثر بهذا النمط من السلوك لدى الناشئة إلى الإعجاب بالأساليب الإجرامية التي شاهدوها على

(٨) هادي نعمان الهيتي، «علاقة التلفزيون بإثارة إجراءات التجنب والخديعة عند ارتكاب الأحداث الأفعال الجانحة،» **الطفولة** (بغداد)، العدد ٢ (١٩٩٥)، ص ٢٤.

شاشة التلفزيون، ذلك الإعجاب الذي أفضى بهم في وقت لاحق إلى تجريب بعضها في الميدان.

كما وجد أن تعرّض الصغار والمراهقين إلى الأعمال الدرامية التي تتناول الموضوع الجنسي بشكل فاضح، يفضي إلى استثارة النشاط الجنسي لديهم، الأمر الذي ينجم عنه زيادة معدلات المشاهدة بقصد إشباع الحاجة الجنسية[٩].

وما يعنينا هنا أن تعرّض هؤلاء الصغار والمراهقين إلى الموضوع الجنسي يعمد إلى استثارة حاجاتهم إلى الجنس قبل أوان نضجهم، وهذا يدفعهم إلى البحث عن الطرق التي يتم من خلالها إشباع حاجاتهم، وتلك مشكلة في غاية الخطورة، تترتب عليها جملة من المشكلات النفسية والاجتماعية.

٦ ـ الخصائص الشخصية

لقد أثبتت الوقائع الميدانية أن خصائص الشخصية تعدّ من المتغيّرات المهمة التي تسهم في عملية التأثر بالخطاب الوارد في الفضائيات. وفي هذا السياق، نشير إلى أبرز هذه الخصائص، على وجه التحديد: العدوان والاستعداد للانحراف. فلقد وجد أن الطفل العدواني يفضل مشاهدة البرامج التي تنطوي على الجريمة والقتال، ولعل المهم أن التعرّض المستمر لهذا النوع من الخطاب يؤدي إلى زيادة مشاعره العدوانية، وبالتبعية فإن هذا التعرّض يعمد إلى تقليل حساسيته الإنسانية، وعدم اكتراثه بآلام الآخرين. كما وجد أن الطفل الذي يظهر استعداداً للانحراف يكثر من التعرّض لخطاب الفضائيات لساعات طويلة، بسبب ضعف قدرته على التمييز بين الواقع والخيال. فقد وجد أنه يخلط بين العالم الواقعي الذي يعيش في كنفه والعالم الخيالي الدرامي[١٠]، لاعتقاده أن الوقائع الحادثة في الصورة هي حقيقية، وأنها مستمدة من الواقع الاجتماعي اليومي. وما يزيد من يقينه بصحة هذه الوقائع أن شخصيات الدراما حققت نجاحاً كبيراً عندما استعملت أسلوب الحيلة والخديعة، أو أنها تمكّنت من استرداد حقها حينما عمدت إلى الإكراه والتهديد والوعيد. وتلك إشارة إيحائية تفيد أن الحيلة والخديعة والإكراه والترهيب هي مقتضيات ضرورية في عالم تسوده القوة.

---

(٩) Laurence Steinberg, *Adolescence*, 6th ed. (Boston, MA: McGraw-Hill, 2002), pp. 248-249.

(١٠) أماني عمر الحسيني، **الإعلام والمجتمع: أطفال في ظروف صعبة ووسائل إعلام مؤثرة** (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٥)، ص ١٣٦.

ثانياً: النظرية المفسرة لعملية التأثر بالمشاهدة التلفزيونية

نعتقد أن النظرية المرجّحة لتفسير عملية التأثر بالمشاهدة التلفزيونية هي نظرية التعلم بالملاحظة، ولعل ترجيح هذه النظرية على غيرها من النظريات الأخرى يستند إلى مقولة: إن أغلب السلوك البشري، ومنه التأثر بالمشاهدة التلفزيونية، يتم اكتسابه عن طريق الملاحظة أو التقليد للنماذج التي تظهر عبر شاشة الفضائيات، ولعل الوقائع الميدانية تثبت صحة هذه المقولة.

١ ـ نظرية التعلّم بالملاحظة

تنطلق هذه النظرية من مسلّمة رئيسية مفادها أن السلوك الاجتماعي بأنواعه المختلفة، يُكتسب من خلال المحاكاة أو التقليد للنماذج التي يتم التعرّض لها في بيئات مختلفة، منها: الأسرة والمدرسة والجماعات المرجعية والفضائيات.

وما يعنينا هنا النماذج التي تعرض عبر شاشة الفضائيات. ولأجل أن نلمّ بتفسير النظرية لظاهرة التقليد أو المحاكاة، نجد من الضروري أن نشير إلى الأسس التي تستند إليها:

أ ـ ثمة عمليات تسهل عملية التعلم بالملاحظة

لعل من أبرز العمليات التي يركّز عليها باندورا (المنظّر الرئيسي لهذه النظرية) في تسهيل مهمة التعلم بالملاحظة[11]، هي:

- الانتباه.
- الاحتفاظ.
- الاسترجاع الحركي.
- الدافع.

في ما يخصّ العملية **الأولى**، وهي الانتباه، فإن الفرد الذي يلاحظ النموذج لا بد من أن ينتبه إليه، ورصد حركاته وأفعاله. والجدير بالإشارة أن النموذج لكي يُنَمذج سلوكه، ينبغي أن يتمتع بخصائص شخصية واجتماعية تجعله أدعى إلى جذب الانتباه إليه من غيره، ويصرف الانتباه عنه عندما يجده غير متمتع بهذه الخصائص.

(١١) Albert Bandura, *Social Learning Theory* (Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1977), pp. 24-29.

والعملية **الثانية** هي الاحتفاظ، فبعد أن تجذب خصائص النموذج انتباه الفرد، يعمد إلى الاحتفاظ بها في ذاكرته (أي الفرد)، ويحاول أن يمثلها بصيغة رموز، أو أن يحتفظ بها في الذاكرة بصيغة خبرات. وعملية الاحتفاظ هذه تساعده على أن يستبقي نماذجه مدة من الزمن، فضلاً عن أن الاحتفاظ يساعده في عملية التقليد، بمعنى آخر، إن الاحتفاظ يساعد الفرد على استدعاء صورة معيّنة من نموذج معيّن، من بين النماذج الكثيرة التي يشاهدها في حياته اليومية.

وثالث هذه العمليات، الاسترجاع الحركي، ونعني بهذه العملية أن تكون لدى الفرد القدرة على تحويل الصور أو الرموز الموجودة في الذاكرة إلى أنماط سلوكية. وهنا يبرز التعلّم بالملاحظة، فبمجرد أن نلاحظ النموذج، نبدأ بمحاكاة سلوكه، أو نرتدي على غرار ما يرتديه من ملابس، أو ننمذج حركاته البدنية أو ألفاظه التي ينطبق بها. وبذلك، فإن الاسترجاع الحركي هو نتاج للعمليتين السابقتين: الانتباه والاحتفاظ.

وأما **رابع** هذه العمليات، فهو الدافع، إذ لا تحدث عملية النمذجة ما لم يكن لدى الفرد دافع إلى أن ينمذج سلوك غيره. فقد تكون إحدى الدوافع إلى النمذجة إشباع حاجة نفسية من قبيل: الحاجة إلى الاستعراض، أو التعويض عن حاجة غير مشبعة، أو أن الفرد يجد في شخصية النموذج المثل أو القدوة التي ينبغي الاقتداء بها، أو أن نمذجة سلوك النموذج هي تعبير عن حالة من الحرمان، إلى غير ذلك من الدوافع الكامنة وراء النمذجة، وبذلك فإن وجود العمليات الأربع يسهل عملية التعلّم بالملاحظة.

ب ـ ثمة نماذج يتمّ من خلالها نمذجة السلوك

من المعروف أن النماذج التي نتعرّض لها في الحياة اليومية، ومنها ما يعرض على شاشة الفضائيات، لا تؤثر كلها فينا أو تجذب انتباهاً. وثمة سؤالان نثيرهما هنا هما: أي النماذج المؤثرة فينا؟ وكيف تؤثر؟

وللإجابة عن السؤالين نقول إن النماذج المؤثرة هي تلك النماذج التي تتصف بخصائص شخصية واجتماعية، تجعلها أدعى إلى التقليد أو المحاكاة أكثر من غيرها من النماذج الأخرى التي تشيع في البيئة الاجتماعية. ولقد أعدّ لنا باندورا قائمة بخصائص النموذج الذي يجذب الانتباه أكثر من غيره، ولعل من أبرزها:

(١) أن يتمتع النموذج بمكانة اجتماعية مرموقة.

(٢) أن يتمتع النموذج بالكفاءة الشخصية، فكلما كان على درجة من الكفاءة الشخصية، كان أدعى إلى جذب الانتباه إليه، ومن ثم تقليده.

(٣) أن يتمتع النموذج بالجاذبية، فكلما كان على درجة من الجاذبية، كان أدعى إلى التقليد أو المحاكاة.

(٤) أن يحسن النموذج الكلام أو إدارة الحوار، وأن يتمتع بطلاقة لفظية، وذلك يجعله أدعى إلى التقليد.

(٥) أن يكون النموذج ناجحاً من الناحية الاجتماعية والاقتصادية[١٢]، إذ كلما أحرز نجاحاً اجتماعياً أو اقتصادياً، كان أكثر ميلاً إلى التقليد من جانب الفرد.

(٦) أن يتمتع النموذج بالدفء أثناء عملية التفاعل مع الآخرين.

(٧) أن يكون النموذج الذي يتولى عملية الضبط وتوزيع المكافآت على الأفراد أدعى إلى تقليده أو محاكاة سلوكه.

(٨) أن يقلّد النموذج الذي يتولى عملية التعزيز المباشر للاستجابات بدرجة أكبر من ذلك النموذج الذي لا يستعمل التعزيز المباشر في اتصالاته مع الأفراد.

(٩) لقد وجد أن النموذج الذكري أدعى إلى التقليد من النموذج الأنثوي.

(١٠) عندما تزداد درجة التشابه بين النموذج والفرد، تزداد احتمالات التقليد[١٣]. فكلما ازدادت درجة التشابه والتماثل بين الاثنين، مال الفرد إلى تقليد النموذج، والعكس صحيح، فكلما ضعفت درجة التشابه بين الاثنين، تمّ العزف عن تقليد النموذج.

ج ـ ثمة أفراد ينمذجون سلوكهم طبقاً لسلوك النماذج

لا بد من التسليم ابتداءً أن النمذجة أو المحاكاة لا تتم ما لم يكن هناك أفراد ينمذجون سلوكهم، طبقاً لسلوك النماذج. وهؤلاء الأفراد يقلّدون النماذج التي تتمتع بخصائص شخصية واجتماعية على درجة من الجاذبية. وحقيقة الأمر، لا يعدّ كافياً أن

---

(١٢) المصدر نفسه، ص ٨٨ ـ ٨٩.

(١٣) محمد رفقي محمد فتحي، في النمو الأخلاقي: النظرية ـ البحث ـ التطبيق (الكويت: دار القلم، ١٩٨٣)، ص ١٩.

يتمتع النموذج بقدر معيّن من الخصائص حتى يجذب انتباه الفرد إليه، بل من الضروري أن يحمل الفرد معتقدات تساعده على انتقاء النماذج التي سينمذج سلوكه وفقاً لها، بحيث يكون سلوكها منسجماً مع معتقداته[١٤].

أما النماذج الأخرى التي تنتشر في البيئة الاجتماعية، فإنها لا تستدعي النمذجة، بالرغم من جاذبيتها. وهذا يرجع إلى أنها تحمل معتقدات مخالفة لمعتقدات الفرد، وهو الأمر الذي يجعله يصرف الانتباه عنها، والبحث عن نموذج آخر يتمتع بمعتقدات مطابقة لمعتقداته.

٢ ـ فرضيات البحث

أ ـ يزداد السلوك العدواني لدى الأطفال الذين يكثرون من مشاهدة العدوان في القنوات الفضائية.

ب ـ يردّد الأطفال الأغاني غير المفضّلة التي تبثّها القنوات الفضائية .

ج ـ ينخفض مستوى الإنجاز الدراسي للأطفال الذين يكثرون من مشاهدة القنوات الفضائية.

د ـ يستثار الخيال العلمي للأطفال الذين يكثرون من مشاهدة القنوات الفضائية.

هـ ـ تزداد المفردات اللغوية لدى الأطفال الذين يكثرون من مشاهدة القنوات الفضائية.

و ـ يميل الأطفال الذين يكثرون من مشاهدة القنوات الفضائية إلى تقليد الأنماط السلوكية غير المقبولة اجتماعياً.

ز ـ يزداد مستوى التعصّب الديني لدى الأطفال الذين يكثرون من مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية.

ح ـ يميل الأطفال الذين يكثرون من مشاهدة القنوات الفضائية إلى الإلمام بعادات الشعوب وتقاليدها.

ط ـ يميل الأطفال الذين يكثرون من مشاهدة القنوات الفضائية إلى الاهتمام بالأحداث التي حدثت في زمن مضى.

---

(١٤) عبد الستار إبراهيم، أسس علم النفس (الرياض: دار المريخ للنشر، ١٩٨٧)، ص ٢٦٨

ي ـ يميل الأطفال الذين يكثرون من مشاهدة القنوات الفضائية إلى الاهتمام بالحاضر.

ك ـ يميل الأطفال الذين يكثرون من مشاهدة القنوات الفضائية إلى الاهتمام بالمستقبل.

ل ـ يزداد مستوى الكسل والخمول لدى الأطفال الذين يكثرون من مشاهدة القنوات الفضائية.

م ـ يميل الأطفال الذين يكثرون من مشاهدة القنوات الفضائية إلى اكتساب عادات سلوكية غير مفضّلة.

ن ـ يميل الأطفال الذين يكثرون من مشاهدة القنوات الفضائية إلى تقليد أساليب اللصوصية.

س ـ يميل الأطفال الذي يكثرون من مشاهدة القنوات الفضائية إلى تقليد أساليب إخفاء أثر الجريمة.

ع ـ يميل الأطفال الذين يكثرون من مشاهدة القنوات الفضائية إلى تقليد أساليب تضليل العدالة عندما يرتكبون مخالفات سلوكية.

٣ ـ إجراءات البحث

أ ـ العيّنة

سحبت عيّنة البحث الحالي من الآباء والأمهات في مدينة بغداد، إذ بلغت نسبة الآباء ٣٨,٥ بالمئة، في حين بلغت نسبة الأمهات ٦١,٥ بالمئة. وإن ثمة مسوّغات جعلت الباحث يركّز على الآباء والأمهات حصراً، من دون التركيز على الأطفال أنفسهم، تأتي في المقدمة منها: أن الأبوين أكثر من غيرهما ملاحظة للأنماط السلوكية الصادرة عن أطفالهما في البيئة المنزلية. كما أن الأبوين على دراية بمصادر محاكاة الأنماط السلوكية لأطفالهما، سواء كانت هذه المصادر اجتماعية، أو أنها ناجمة عن محاكاة النماذج التي تظهر عبر شاشة الفضائيات. كذلك، فإن الأبوين على معرفة بالأنماط السلوكية المتأثرة بالنماذج التي يتم محاكاة سلوكها. ولعل المهم هنا أن استطلاع آراء الآباء والأمهات في الآثار النفسية المترتبة على مشاهدة أطفالهم للقنوات الفضائية، يعدّ وسيلة فعالة في الحصول على نتائج دقيقة.

الجدير بالإشارة أن عيّنة البحث الحالي سحبت بالطريقة العشوائية البسيطة من العاملين في الدوائر الرسمية والمهن الحرة، إذ بلغ حجمها ٢٠٠ فرد، وهي تتمتع بالخصائص التالية:

(١) راوحت أعمار أفراد العيّنة بينة ٢٠ ـ ٧٠ سنة ، وبمتوسط بلغ ٣٥ ـ ٤٥ سنة.

(٢) بلغت نسبة العاملين في الدوائر الرسمية ٨٣ بالمئة، في حين بلغت نسبة العاملين في المهن الحرة ١٧ بالمئة، علماً أن عيّنة البحث الحالي تشتمل على مهن مختلفة، منها: أساتذة الجامعات، الموظفون بدرجات وظيفية مختلفة، المدرّسون، المعلمون، المهندسون، الأطباء، سائقو سيارات الأجرة، ربات البيوت.

(٣) راوح المستوى الثقافي لأفراد العيّنة بين الحصول على شهادة الدراسة الابتدائية والحصول على شهادة عليا. والجدول الرقم (٨ ـ ١) يوضح ذلك:

الجدول الرقم (٨ ـ ١)

المستوى الثقافي لأفراد العيّنة

المستوى الثقافي لأفراد العيّنة	النسبة المئوية
الحصول على شهادة عليا (ماجستير ـ دكتوراه)	٢,٥
الحصول على شهادة البكالوريوس	٤١
الحصول على شهادة الدبلوم	٣١
الحصول على شهادة الدراسة الإعدادية	١٥,٥
الحصول على شهادة الدراسة المتوسطة	٦
الحصول على شهادة الدراسة الابتدائية	٤

يتضح من الجدول الرقم (٨ ـ ١) أن النسبة الكبيرة من أفراد العيّنة حاصلة على شهادة البكالوريوس، إذ يشكل هؤلاء نسبة ٤١ بالمئة من المجموع الكلي لأفراد العيّنة، ثم يأتي بعد ذلك الأفراد من حملة شهادة الدبلوم، وهؤلاء يشكّلون نسبة ٣١ بالمئة من المجموع الكلي. وبذلك، فإن النسبة الكبيرة من أفراد العيّنة حاصلة على شهادتي الدبلوم والبكالوريوس.

ب ـ الأداة

أجرى الباحث استطلاعاً أولياً يستهدف جمع الآثار النفسية المترتبة على مشاهدة الأطفال للقنوات الفضائية، وذلك بتوجيه سؤال إلى عيّنة من الآباء والأمهات بلغ حجمها ٥٠ فرداً، طلب منهم ذكر الآثار النفسية التي يعتقدون أنها ناجمة عن مشاهدة القنوات الفضائية، بعد أن قدم لهم إيضاحاً موجزاً عن هذه الآثار، وقد حصل على عدد منها. كذلك أجرى الباحث مراجعة للأدبيات التي تناولت هذه الظاهرة، واستطاع أن يستخلص منها عدداً من الآثار النفسية. بعد ذلك، عمد إلى دمج الآثار النفسية المستمدّة من الاستطلاع الأولي، مع تلك الآثار المستمدّة من مراجعة الأدبيات، ثم أجرى لها صياغة لغوية، بحيث تكون واضحة ومفهومة. ونتيجة لهذا الإجراء، استبعدت الآثار النفسية المكرّرة في المعنى، كما دمجت بعض الآثار النفسية مع آثار أخرى، وبذلك أصبح عدد الآثار النفسية التي تشتمل عليها القائمة الحالية ١٦ أثراً نفسياً. وبعد الصياغة النهائية للآثار النفسية، أعدّت التعليمات، وروعي فيها أن تكون واضحة وغير مملّة. كما تضمنت التعليمات، الغرض من البحث، مع دعوة الآباء والأمهات إلى الاستجابة للتصريح عن الآثار النفسية بصراحة وأمانة.

وقد حدّدت الأوزان من ١ ـ ٥ لكل بديل، إذ أعطيت الدرجة (٥) للبديل (تسهم فيها الفضائيات بدرجة كبيرة جداً)، والدرجة (٤) للبديل (تسهم فيها الفضائيات بدرجة كبيرة)، والدرجة (٣) للبديل (تسهم فيها الفضائيات بدرجة معتدلة)، والدرجة (٢) للبديل (تسهم فيها الفضائيات بدرجة قليلة)، والدرجة (١) للبديل (لا تسهم فيها الفضائيات تماماً).

ج ـ الصدق

سحبت ٥٠ استمارة من عيّنة البحث الأساسية بهدف استخراج الصدق التلازمي لقائمة الآثار النفسية المترتبة على مشاهدة الأطفال للقنوات الفضائية، وذلك بإيجاد العلاقة الارتباطية بين الآثار النفسية التي تشتمل عليها القائمة الحالية ومعدلات مشاهدة الأطفال للقنوات الفضائية، باستعمال معامل ارتباط «بيرسن».

وما يجدر ذكره أن القائمة الحالية تفتقر إلى الدرجة الكلية، لأنها لا تقيس ظاهرة متجانسة تفضي في النهاية إلى الحصول على درجة واحدة، وإنما تقيس عدداً من الظواهر في صيغة آثار نفسية. لذا أصبح لزاماً على الباحث أن يتعامل مع كل أثر بطريقة منفردة، وهذا معناه أن الصدق التلازمي للقائمة الحالية يقتضي إيجاد العلاقة الارتباطية

بين الأثر النفسي الواحد ومعدل المشاهدة. وبذلك يكون عدد معاملات الارتباط المستخرجة ١٦ معاملاً ارتباطياً. والجدول الرقم (٨ ـ ٢) يوضح ذلك.

الجدول الرقم (٨ ـ ٢)

العلاقة الارتباطية بين الآثار النفسية الناجمة عن مشاهدة الأطفال للقنوات الفضائية ومعدلات المشاهدة

ت	الآثار النفسية الناجمة عن مشاهدة الأطفال للقنوات الفضائية	معامل الارتباط
١	زيادة مستوى السلوك العدواني	٠,٥٥
٢	ترديد الأغاني غير المفضّلة	٠,٤٩
٣	انخفاض مستوى الإنجاز الدراسي	- ٠,٤٣
٤	استثارة الخيال العلمي	٠,٥١
٥	زيادة عدد المفردات اللغوية	٠,٥٨
٦	تقليد الأنماط السلوكية غير المقبولة اجتماعياً	٠,٤٢
٧	زيادة مستوى التعصب الديني	٠,٦١
٨	الإلمام بعادات الشعوب وتقاليدها	٠,٥٧
٩	الاهتمام بالأحداث التي حدثت في زمن مضى	- ٠,٤٤
١٠	الاهتمام بالحاضر	٠,٥٢
١١	الاهتمام بالمستقبل	٠,٤٥
١٢	زيادة مستوى الكسل والخمول	٠,٤١
١٣	اكتساب عادات سلوكية غير مفضّلة	٠,٤٧
١٤	تقليد أساليب اللصوصية	٠,٥٤
١٥	تقليد أساليب إخفاء أثر الجريمة	٠,٥٢
١٦	تقليد أساليب تضليل العدالة في حال ارتكاب مخالفات سلوكية	٠,٦٣

تشير معدلات الارتباط في الجدول الرقم (٨ ـ ٢) إلى وجود نوعين من العلاقات الارتباطية: فأما **الأولى**، فهي علاقة ارتباطية موجبة بين متغيّري معدلات المشاهدة وبعض الآثار النفسية، وأما **الثانية**، فهي علاقة ارتباطية سالبة بين متغيّري معدلات المشاهدة وآثار نفسية أخرى، وبهدف التثبّت من الدلالة الإحصائية لهذه المعاملات، طبق الاختبار التائي لاختبار دلالتها الإحصائية. وقد تبين ان معاملات الارتباط هذه كانت دالة إحصائية عند مستوى ٠٫٠٥، وهذا يعني صراحة أن قائمة الآثار النفسية تتمتع بالصدق التلازمي.

د ـ الثبات

استخرج الثبات لقائمة الآثار النفسية بطريقة الاتساق الداخلي، وذلك بتطبيق معادلة «ألفا» للثبات على عيّنة عشوائية، بلغت ٥٠ استمارة، سحبت من عيّنة البحث الأساسية، إذ بلغ معامل الثبات ٠٫٦١، وهو معامل ثبات مقبول استناداً إلى معيار مطلق.

هـ ـ النتائج

تشير البيانات الواردة في الجدول الرقم (٨ ـ ٣) إلى أهم الآثار النفسية الناجمة عن مشاهدة الأطفال للقنوات الفضائية.

يتضح من الجدول الرقم (٨ ـ ٣) أن النسب المئوية التي حصلت عليها الآثار النفسية راوحت بين ٤٫٩٤ بالمئة و٨٫٠٥ بالمئة. وبهدف تقويم هذه الآثار التي اشتملت عليها القائمة الحالية، فإننا سنتخذ نسبة ٦ بالمئة معياراً لقبول الأثر النفسي، بمعنى أن الأثر النفسي الوارد في القائمة، إذا حصل على نسبة قبول ٦ بالمئة، فإن الباحث سيعمد إلى الإبقاء عليه بوصفه أثراً فعالاً. أما في حال حصوله على نسبة أقل من ٦ بالمئة، فإن الباحث سيعدّه أثراً ضعيفاً.

وبالعودة إلى البيانات الواردة في الجدول الرقم (٨ ـ ٣)، يتضح ما يلي:

(١) أن ثمة آثاراً نفسية إيجابية أسهمت القنوات الفضائية في تنميتها لدى الأطفال، إذ حصلت على نسبة مئوية راوحت بين ٦٫٢٤ بالمئة و٦٫٥٩ بالمئة، وقد بلغ عددها خمسة. وهذا يشير صراحة إلى أن مشاهدة الأطفال للقنوات الفضائية أدت إلى تحسين مستوى حياتهم، ومن ثم إثراء معلوماتهم في ما يتصل بالعالم المحيط بهم.

(٢) أن ثمة آثاراً نفسية سلبية أسهمت القنوات الفضائية في تنميتها لدى الأطفال، وقد حصلت على نسبة مئوية راوحت بين ٦,١٠ بالمئة و٨,٠٥ بالمئة، إذ بلغ عددها ستة، وذلك يعني أن مشاهدة الأطفال للقنوات الفضائية أثرت، ولا ريب، في عملية التعامل مع أقرانهم من الأطفال الآخرين، فلقد غلب السلوك العدواني على التعامل هذا. كذلك أدت المشاهدة إلى ترديد الأغاني غير المفضّلة بصورة غير طبيعية، وهو الأمر الذي جذب انتباه الأبوين. كما أن مشاهدة الفضائيات جعلتهم يكتسبون بعض الأنماط السلوكية غير المقبولة اجتماعياً، وعادات سلوكية غير مفضّلة. وإلى جانب ذلك، فإن زيادة معدلات المشاهدة أدت إلى إشاعة الخمول والكسل بين صفوفهم، وهذا أدى بالنتيجة النهائية إلى خفض مستوى إنجازهم الدراسي.

الجدول الرقم (٨ ـ ٣)

أهم الآثار النفسية الناجمة عن مشاهدة الأطفال للقنوات الفضائية

ت	الآثار الإيجابية والسلبية المترتبة على مشاهدة الأطفال للقنوات الفضائية	النسبة المئوية	الترتيب
١	زيادة معدلات السلوك العدواني	٦,٢٦	٩
٢	ترديد الأغاني غير المفضّلة	٨,٠٥	١
٣	انخفاض مستوى الإنجاز الدراسي	٧,٠٥	٢
٤	استثارة الخيال العلمي	٦,٣٠	٨
٥	زيادة عدد المفردات اللغوية	٦,٥٥	٥
٦	تقليد الأنماط السلوكية غير المقبولة اجتماعياً	٦,٧٧	٣
٧	زيادة مستوى التعصب الديني	٥,٤٨	١٤
٨	الإلمام بعادات الشعوب وتقاليدها	٦,٥٣	٦
٩	الاهتمام بالأحداث التي حدثت في زمن مضى	٤,٩٤	١٦
١٠	الاهتمام بالحاضر	٦,٢٤	١٠
١١	الاهتمام بالمستقبل	٦,٥٩	٤
١٢	زيادة مستوى الكسل والخمول	٦,١٠	١١
١٣	اكتساب عادات سلوكية غير مفضّلة	٦,٤٤	٧
١٤	تقليد أساليب اللصوصية	٥,٣٢	١٥
١٥	تقليد أساليب إخفاء أثر الجريمة	٥,٨٣	١٢
١٦	تقليد أساليب تضليل العدالة في حال ارتكاب مخالفات سلوكية	٥,٥٥	١٣

من ذلك يتضح أن النتائج التي أسفر عنها البحث الحالي أشارت إلى أن ثمة آثاراً نفسية إيجابية، ترتبت على متابعة الأطفال للقنوات الفضائية. ولقد تمثلت هذه الآثار، على وجه التحديد، باستثارة الخيال العلمي، وزيادة عدد المفردات اللغوية، والإلمام بعادات الشعوب وتقاليدها، والاهتمام بكل من الحاضر والمستقبل. في مقابل هذه الآثار، فإن ثمة آثاراً سلبية قد ترتبت على متابعة القنوات الفضائية، نذكر منها: زيادة مستوى السلوك العدواني، وترديد الأغاني غير المفضّلة، وانخفاض مستوى الإنجاز الدراسي، وتقليد الأنماط السلوكية غير المقبولة اجتماعياً، وزيادة مستوى الكسل والخمول، واكتساب عادات سلوكية غير مفضّلة.

وتأسيساً على ما تقدم، نشير إلى أن الفرضيات التي تحققت، هي:

١، ٢، ٣، ٤، ٥، ٦، ٨، ١٠، ١١، في حين لم تحقق الفرضيات: ٧، ٩، ١٤، ١٥، ١٦.

خاتمة

أشارت النتائج التي أسفر عنها البحث الحالي إلى أن ثمة نوعين من الآثار النفسية ترتبت على مشاهدة الأطفال للقنوات الفضائية: فأما النوع **الأول**، فقد كان إيجابياً، وأما النوع **الثاني**، فكان سلبياً، والسؤال الذي نثيره هنا هو: كيف نفسر هذه الآثار؟

لا بد من التسليم ابتداءً أن الأطفال يبدون إعجاباً كبيراً بالخطاب التلفزيوني، وأنهم يثقون به أكثر من ثقتهم بالخطاب الصادر عن القنوات الاتصالية الأخرى. كذلك، فإن الأطفال يصدّقون الرواية، أو الحادثة، أو الواقعة، الصادرة عن الخطاب التلفزيوني أكثر من المصادر التي تأتي من الأبوين والمدرّس والإذاعة. والسبب يعود إلى أن الخطاب التلفزيوني يتمتع بقدر كبير من الجاذبية التي تشتمل على الصوت والصورة والحركة والألوان. وبسبب جاذبيته هذه، فقد صار نداً للمدرسة في عملية التنشئة، حتى لقد وصف بالمنهج **الأول**، في حين وصفت المدرسة بالمنهج **الثاني**[15]. وهذا يعني جملة: أن المدرسة قد ضعف دورها في عملية التأثير، وذلك يرجع أساساً إلى أن الخطاب المدرسي يفتقر إلى الجاذبية، ولأنه كذلك، فقد ضعفت فعاليته، ومن ثم أصبح عاجزاً عن تشكيل سلوك الأطفال.

---

(١٥) حسن صعب، «وسائل الإعلام والعطاء العلمي للإنسان العربي،» ورقة قدمت إلى: **تهيئة الانسان العربي للعطاء العلمي: بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية بالتعاون مع مؤسسة عبد الحميد شومان** (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٥)، ص ٣٧٨.

نقول إن الخطاب التلفزيوني كان تأثيره فعالاً في سلوك الأطفال، ونستطيع أن نفسر ذلك استناداً إلى المبادئ التي تستند إليها نظرية التعلم بالملاحظة. فهي ترى أن ثمة دوافع نفسية تجعل الطفل يحاكي أو يقلد سلوك النموذج، سواء كان هذا السلوك مقبولاً أو غير مقبول. والمهم في الأمر أن هذه الدوافع تجذب انتباهه إلى الخصائص التي يتمتع بها النموذج، الأمر الذي يؤدي إلى الاحتفاظ بها في ذاكرته بصيغة رموز أو صور مدة من الزمن، ثم بعد ذلك تتحول هذه الرموز أو الصور إلى أنماط سلوكية.

بعبارة أخرى، إنه بمجرد ظهور النموذج على شاشة التلفزيون، يبدأ الطفل في الحال بمحاكاة سلوكه، وعملية المحاكاة هذه، تعتمد بالدرجة الأساس على الخصائص الشخصية التي يتمتع بها (النموذج)، فكلما كانت جاذبة للانتباه، أصبح النموذج أدعى إلى التقليد أو المحاكاة. والعكس صحيح، إذا كانت خصائصه الشخصية أقل جاذبية، الأمر الذي يدفع الطفل إلى الانصراف عن محاكاة سلوكه. لذا نقول إن الآثار النفسية التي أسفر عنها البحث الحالي تشكّلت إثر مشاهدة الأطفال للنماذج التي تظهر عبر شاشة الفضائيات.

الفصل التاسع

تأثير الاعتماد على الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية في معارف وسلوكيات الجمهور المصري

زينب محمد حامد(*)

مقدمة

لما كانت المحطات الفضائية الوافدة تحمل ثقافات غريبة عن المنطقة العربية والإسلامية ظهرت الحاجة إلى إطلاق قنوات فضائية إسلامية للتعريف بالتراث الثقافي والحضاري العربي والإسلامي، تبث باللغة العربية وموجهة إلى الجماهير العربية لترسيخ الانتماء إلى ثقافتهم العربية والإسلامية، والتعريف بمبادئ الدين الإسلامي الحنيف[1]. فالمضمون الديني إذا ما أُعدّ إعداداً جيداً وانطلق من خلال استراتيجية محددة ومنظمة يمكن ـ بل من المؤكد ـ أن يسهم في تنمية الوعي الديني لدى الجماهير، ويبصرها بشؤون دينها وثقافتها الإسلامية، كما يعمل على العَرض المتوازن لمختلف القضايا والمشكلات التي يعانيها العالم الإسلامي، وإبراز الرؤية الإسلامية لها[2].

(*) طالبة دكتوراه، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة.

(١) نهى عبده حشيش، «استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية العربية الإسلامية والإشباعات المتحققة،» (رسالة ماجستير، كلية الدراسات الإسلامية والعربية، جامعة الأزهر، القاهرة، ٢٠٠٨)، ص ٣.

(٢) محمد أحمد هاشم، **البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية** (القاهرة: كلية اللغة العربية، ٢٠٠٥)، ص ٥١.

ولقد توصل العديد من الدراسات التي أجريت في مجال «مشاهدة الفضائيات العربية، والبرامج المفضلة لدى الجمهور، إلى أن المواد والبرامج الدينية من الفقرات الأكثر مشاهدة في هذه الفضائيات، كما أنها تأتي في مقدمة أولويات البرامج الأكثر تفضيلاً لدى المشاهد العربي. فقد أشارت نتائج إحدى الدراسات إلى أن نسبة مشاهدة البرامج الدينية تصل إلى (٢ , ٩٤ بالمئة)، بينما أشارت نتائج دراسة أخرى إلى أنها تصل إلى (٥ , ٧٤ بالمئة)»[٣]، كما أثبتت دراسة ثالثة أن البرامج الدينية تتوجه إلى جمهور عام بنسبة (٥ , ٧٨ بالمئة)[٤].

إن التطور الشامل الذي تعيشه الإنسانية في هذا العصر، يولّد قضايا ومشاكل تطرح أمام المسلم أسئلة كثيرة، فيتطلع إلى مَخرج من الأزمة الحضارية التي يجد نفسه مقحماً في دائرتها، ويتوجه إلى من يفتيه في دينه، ويجيبه عن أسئلته، ويبدد الغيوم التي تحجب عنه الرؤية إلى الأمور من منظور إسلامي، وتخرجه من دوامة القلق والحيرة والارتباك، ليعيش حياته في سكينة وطمأنينة قلب، ورضا بحكم الشرع[٥].

لذلك ظهرت الفضائيات التي تقدم الفتاوى في عصرنا الحالي الذي اختلطت فيه الأمور وتعددت الثقافات، وقامت بشدّ الناس إلى ما تبثه، ومن ذلك ما يتعلق بأمور الدين والفتوى، حيث تصدى لها، بين من تصدى، أناس غير مؤهلين للإفتاء، ما أوجد فتاوى غير صحيحة تم ترويجها بين الناس، وأخطرها تلك التي تكون مخالفة لأصل من أصول الإسلام، أو نصاً من الكتاب والسُّنة، أو الإجماع المعتبَر، وأدناها خطراً أن تشذ عن جمهور أهل العلم، بل تنفرد وحيدة تنادي على قائلها بالجهل، أو لم تأخذ نصيباً من النظر[٦].

لقد أصبح للإفتاء، في الوقت الحاضر، أهمية بالغة وكبيرة لما تشهده المجتمعات العربية والإسلامية من نموٍّ وتقدم في شتى مناحي الحياة، وبروز تعقيدات جديدة

---

(٣) المصدر نفسه، ص ٦٠.

(٤) رزق سعد عبد المعطي، «استخدام الإعلام الديني وإشباعاته في مصر: دراسة ميدانية على عيّنة من جماهير المجتمع الريفي،» **مجلة البحوث الإعلامية** (جامعة الأزهر - القاهرة)، العدد ٧ (١٩٩٧)، ص ٨.

(٥) عبد العزيز بن عثمان التويجري، «التجديد في المقاصد الشرعية في الرؤية الإسلامية الحضارية،» ورقة قُدِّمَت إلى: مقاصد الشريعة وقضايا العصر: المؤتمر الثاني والعشرين الذي أقامه المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية بالقاهرة بين ٢٢ و٢٥ شباط/ فبراير ٢٠١٠، ص ١.

(٦) سعد بن عبد الله البريك، «فتاوى الفضائيات: الضوابط والآثار،» ورقة قُدِّمَت إلى: المؤتمر العالمي للفتوى وضوابطها الذي أقامه المجمع الفقهي الإسلامي، رابطة العالم الإسلامي، بمكّة المكرّمة بين ١٧ و٢١ كانون الثاني/ يناير ٢٠٠٩، ص ٢٠.

أفرزتها عوامل التقدم التكنولوجي والاقتصادي والثقافي.. إلخ، الأمر الذي جعل الناس أكثر التصاقاً والتفاتاً إلى معرفة الفتوى لاستجلاء الأحكام الشرعية عن بعض القضايا المعاصرة التي تمرّ بها الأمة الإسلامية من محنٍ وحروب أو كوارث، أو أزمات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية وغيرها لا تزال تلقي بظلالها على جميع البلدان[٧].

ومع اتساع مصادر الإفتاء في الفضائيات وعبر الإنترنت وعلى صفحات الجرائد والمجلات، ودخول أعداد كبيرة من حَمَلة العِلم الشرعي إلى ميدان الفتوى، حدثت فوضى أوقعت الناس في حيرة لتضارب الآراء، وافتقاد الضوابط التي يستدلون من خلالها على الحكم الصحيح الذي ينبغي الأخذ به.

أولاً: أهمية الفتاوى الدينية

للإفتاء مكانة عظيمة، ومنزلة كبيرة تجلّيها نصوص الشرع الشريف؛ قال تعالى **﴿وَيَسْتَفْتُونَكَ فِي النِّسَاءِ قُلِ اللَّهُ يُفْتِيكُمْ فِيهِنَّ وَمَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ فِي الكِتَابِ﴾**[٨]، فربّنا يخبر في قرآنه أنه سبحانه وتعالى الذي يفتي عباده، فالفتوى تصدر أساساً عن الله، وهي خطاب الله كالحكم الشرعي تماماً[٩].

وإن مقام الإفتاء في دين الله مقام عظيم، لا يجوز الاستهانة به، ولا توليته لمن ليس أهلاً له، سواءٌ من ناحية الفقه والفكر أم من ناحية الدين والخلق، وقد كان سلف الأمة يستنكرون أن يستفتي من ليس مؤهلاً للفتوى، ويعتبرون ذلك أمراً عظيماً منكراً.

إذاً، إن بيان حكم الله لكل نوازل العصر واجب على أهل العلم والاستنباط، ومن هذا المنطلق تأتي أهمية الفتوى ودور العلماء الراسخين ومسؤوليتهم الكبرى أمام هذا الواجب، ووجوب القيام بهذا الفرض العظيم لبيان طريق الحق، وحكم الله المبين لكل المستجدات مهما كانت معقدة[١٠].

---

(٧) ناصر عبد الرحمن الهزاني، «التعرّض لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها: دراسة ميدانية على عيّنة من الجمهور السعودي بمدينة الرياض،» (رسالة ماجستير، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، ٢٠١٠)، ص ٨٩.

(٨) **القرآن الكريم**، «سورة النساء،» الآية ١٢٦.

(٩) علي جمعة، «تغيّر الفتوى لتغير جهاتها الأربع،» ورقة قُدِّمَت إلى: الإفتاء في عالم مفتوح: المؤتمر العالمي الذي أقامه المركز العالمي للوسطية بالكويت، بين ٢٦ و٢٨ أيار/ مايو ٢٠٠٧، المجلد الأول، ص ٥٥١.

(١٠) يوسف القرضاوي، **موجبات تغير الفتوى في عصرنا** (القاهرة: دار الشروق، ٢٠٠٧)، ص ٥.

ومن نظرة فاحصة متبصرة إلى أحوال أمتنا الإسلامية اليوم نجد بكل وضوح أن بعض مشاكلها ـ إن لم يكن أهمها ـ يعود إلى فتاوى مضطربة أو صادرة من غير أهل العلم، أو متشددة تكفّر بعض البلدان، وبعض الجماعات الإسلامية، وبعض المسلمين، وهو ما أحدث خلافات ونزاعات شديدة أدّت إلى تمزق المسلمين والجماعات الإسلامية بشكل أكبر وأخطر(١١).

ثانياً: ضوابط لمفتي الفتاوى الفضائية

١ ـ مراعاة المقصد الشرعي للفتوى

إن المقصود من الفتوى هو البيان التام لحكم الله في المسألة حسب وسع وطاقة المفتي، وليتحقق ذلك ينبغي على المفتي القيام بأمرين: «**عام**» وهو حث جمهور المسلمين على توحيد الصفوف؛ و«**خاص**» وهو وعظ الغافل وإرشاده وزجره وترغيبه.

بيد أن معايير معظم البرامج الإفتائية تسير على نمط المعايير العالمية للبث من حيث تركيزها على المادة والوهج الإعلامي والإبهار وسرعة العرض، وتبادل الأدوار بين المشاهد والمقدِّم والمفتي، ولئن صلح هذا في البرامج العامة فقد لا يصلح لبرامج الفتوى (الفتيا) التي لها نمط خاص من التريث والتثبت والتفصيل وغير ذلك(١٢).

٢ ـ العلم بواقع الناس

أن يكون عالماً بواقع الناس ومدركاً لمشكلاتهم الاجتماعية والنفسية.

٣ ـ معرفة خصوصية الفتوى عبر وسائل الإعلام

حيث إن شخصية السائل مجهولة، ومكانه أيضاً ربما يكون مجهولاً أو مجهّلاً، وكذا سنّه وجنسه؛ فلا بد من الأخذ بهذه الاعتبارات جميعاً؛ وكذلك فإن الفتوى الخاصة قد تتحول إلى عامة؛ حيث يقوم المستفتي بنشرها بشتى الطرق المتاحة لديه.

---

(١١) علي محيي الدين القره داغي، «الفتوى في عالم مفتوح بين النص والواقع، والثابت والمتغير: الضوابط والآداب،» ورقة قُدِّمَت إلى: الإفتاء في عالم مفتوح: المؤتمر العالمي الذي أقامه المركز العالمي للوسطية بالكويت، بين ٢٦ و٢٨ أيار/ مايو ٢٠٠٧، المجلد الثاني، ص ٧٠.

(١٢) سلمان بن فهد العودة، «الفتوى المباشرة وأحكامها،» ورقة قُدِّمَت إلى: المصدر نفسه، المجلد الثاني، ص ٣٨٨.

٤ ـ الاختصار في عرض الفتوى بدون إخلال

أن يراعي المستفتي أن من يتعرض للإجابة عن مسألته مطلوب منه أن يجيب عن كثير من مسائل غيره؛ ولذا عليه أن يختصر في مسألته من غير إخلال بوقائعها؛ حتى لا يضيع على غيره الوقوف على وجه الحق في ما يريد السؤال عنه.

٥ ـ أن يكون بصيراً بأقوال العلماء

أن يكون مطلعاً على مختلف آراء العلماء ومذاهبهم ومشاربهم، قويّ الحجة، واضح العبارة[١٣].

٦ ـ معرفة متعمقة بقرارات المجامع الفقهية

عليه أيضاً أن يتقيد بقرارات المجامع الفقهية وعدم الخروج عليها إلا بدليل قوي، وبخاصة في الفتاوى التي تهم الأمة، وأن يكون لديه معرفة بالواقع في كل تشابكاته السياسية والاقتصادية المحلية والدولية، وأن يكون له مستشارون أمناء متخصصون في هذه الجوانب يرجع إليهم لمعرفة الواقع قبل أن يفتي فيه[١٤].

٧ ـ تجنُّب الدخول في صراعات مع مفتين آخرين

فإن المفتي ينبغي أن يكون قدوة للناس في معرفة أدب الاختلاف وحسن الظن وعدم التعصب والتعنيف على المخالف خصوصاً مع إخوانه الفقهاء والعلماء والمفتين.

ثالثاً: ضوابط للقناة التي تقدّم برامج فتاوى دينية

إن على وسائل الإعلام المختلفة، وبخاصة المحطات الفضائية في هذا الاتجاه، مسؤولية كبيرة وعظيمة في اختيار من يصلح لهذه المهمة، وبالتالي ينبغي أن تحرص على دعوة العلماء المخلصين من ذوي العلم والاختصاص ومن العارفين بأحوال الناس وأوضاعهم حتى يفيدوا المجتمع ويستفيد الناس من علمهم وفقههم.

---

(١٣) عبد الله بن بيه، «ميثاق الإفتاء،» ورقة قُدِّمَت إلى: المصدر نفسه، ص ٥٢٠.

(١٤) محمد زيدان، «الإفتاء عبر الإنترنت: آفاق وعوائق،» ورقة قُدِّمَت إلى: المصدر نفسه، ص ٢٨.

١ ـ دقة اختيار القناة للمفتي

الفضائيات وسيلة جماهيرية واسعة، تبرز فيها صناعة النجوم واستقطاب الجماهير بمن يظهر عليها بتلميعه أحياناً وجذب المشاهدين له، وما قد يصلح من ناحية المعايير الإعلامية من المفتين قد لا يصلح بالمعايير الشرعية. فينبغي الحرص على المفتي ذي القدرة على مخاطبة الشرائح المختلفة، البارع في إفهام العقول المتباينة، المؤصل لفتواه علماً وتعليماً وبثاً للخلق ومقاصد الشريعة. فالكثير من المفتين يميلون إلى التسطيح والألفاظ العامة الخطابية والوعظ في وقت الحاجة للبيان بدعوى إظهار التسامح وعدم التعقيد(١٥).

٢ ـ التقيد بسلطان الشرع

يصعب التحكم ـ في الفضائيات ـ في المتصلين من ذوي المذاهب والاتجاهات المختلفة لكل أحد لإثارة أي قضية، سواء كانت سياسية أو اقتصادية. فينبغي للمفتي أن يكون حازماً، ذا سياسة للناس بالشرع، ولا يسمح بإثارة القضايا الكبرى وترك الناس يتكلمون في العام والخاص.

٣ ـ عدم التقيد بمذهب خاص

بل يراعي تنوع المشاهدين، واللجوء إلى الفقه المقارن وسياق الخلاف بأسلوب مبسط. فإن ذكر مذاهب الأئمة الفقهاء يقرّب المفتي من الناس بتفرق ميولهم المذهبية الفقهية، وهذا الخلاف الفقهي الواسع يتيح للمفتي الترجيح بين هذه الأقوال، كما يعينه على مراعاة عوائد الشعوب واختياراتها الفقهية، والتي يلتزم أغلبها مذهباً معيناً في الفقه والإفتاء ولو على الصعيد الرسمي؛ وعلى أي حال، فالفقه المقارن وذكر اختلاف المذاهب يساعد المستمع والمشاهد على تقبل الحكم والوثوق به كما يعوّده احترام الأئمة وحبهم وعدم التعصب للرأي والمذهب.

رابعاً: مشكلة الدراسة

أصبحت برامج الفتاوى الدينية التي تبثها الفضائيات العربية ويتفاعل معها المشاهد من خلال الاتصال الهاتفي ظاهرة فضائية، يحرص المشاهد على متابعتها والتواصل

---

(١٥) العودة، «الفتوى المباشرة وأحكامها،» ص ٣٨٩.

معها لمعرفة رأي الدين في قضاياه وشؤون حياته. وقد اهتمت القنوات الفضائية العربية باستضافة بعض الدعاة لتلقي استفسارات المشاهدين عبر الهواء والرد عليها. ويعتمد الجمهور ـ في كثير من الأحيان ـ على ما تقدمه هذه القنوات من فتاوى، في ظل عدم وجود مرجعية دينية تساعد الجمهور على معرفة أمور دينه وقواعد الفقه الإسلامي في ما يتعلق بالقضايا المختلفة المرتبطة بشؤون الحياة.

ولأن الفتوى مهمة عظيمة في الإسلام تولّى الله تعالى بيانها بنفسه، وتولاها خاصة عباده من خلقه، فقد قال تعالى: ﴿قُلِ اللَّهُ يُفْتِيكُمْ﴾؛ فوصف نفسه بهذه المهمة للتدليل على عظيم شرفها وكبير منزلتها، وبالتالي وضع على عاتق من يتصدى لها الآن من خلال الفضائيات مهمة صعبة، وتحتاج من المفتي أن يكون مؤهلاً لأداء تلك المهمة.

ولا يكاد يمر يوم واحد من دون أن نقرأ ونشاهد ونسمع في وسائل الإعلام فتوى جديدة لعالم دين من مختلف المذاهب والأقطار تكون أغرب من سابقاتها، وتثير التساؤلات حول مدى جدية هذه الفتاوى وغيرها والتي تؤثر في مجتمعاتنا وتحتاج من العلماء إلى الرد الفوري المستنير والتصدي الجليّ لتلك الفتاوى، كما تحتاج تلك البرامج إلى دراسة محتواها والتعرف إلى تأثيرها في الجمهور المتابع لها.

ويقع على عاتق برامج الإفتاء الشرعية، وما تؤدّيه من دور في خدمة المجتمع والأفراد، مسؤولية اجتماعية كبيرة، وبخاصة في ظل الثورة التكنولوجية الفضائية، التي يعيشها العالم. وتعرض الجمهور في أي دولة لكثير من القنوات الفضائية مختلفة المضامين، ولوجود تيارات فكرية عالية، تفلسف الفوضى واللامسؤولية، والعبث، وظهور مظاهر هذه التيارات في وسائل الإعلام الدولية الفضائية المختلفة[١٦]، وبالتالي تتحدد المشكلة البحثية في «التعرف إلى تأثير الاعتماد على الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية على معارف وسلوكيات الجمهور المصري» وذلك من خلال تحليل عيّنة من برامج الإفتاء المقدمة على الفضائيات العربية بناءً على دراسة استطلاعية للجمهور؛ هذا بالإضافة إلى دراسة ميدانية على عيّنة من الجمهور المصري المتابع لتلك البرامج للتعرف إلى مدى اعتماده على تلك البرامج وأثر ذلك في معارفه نحو تلك الفتاوى، وتطبيق تلك الفتاوى في سلوكياته اليومية.

(١٦) محمد حسام الدين، **المسؤولية الاجتماعية للصحافة** (القاهرة: الدار المصرية، ٢٠٠٣)، ص ١٥.

١ ـ الإطار النظري للدراسة

اعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Media System Dependency Theory)، حيث تستهدف اختبار اعتماد الأفراد على وسيلة محددة وتأثيراتها فيهم، فيتم تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في دراسة مدى تأثير اعتماد الجمهور المصري (عيِّنة الدراسة) على برامج الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية في معارفه وسلوكياته، إذ تساعد النظرية في التعرف إلى متى؟ ولماذا؟ وما التأثيرات الناتجة جراء الاعتماد؟

٢ ـ أسلوب جمع البيانات

اعتمدت الدراسة أسلوب تحليل المضمون وقد عرّفه بيرلسون بأنه «أحد الأساليب البحثية التي تستخدم لوصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفاً موضوعياً وكمّياً. كما تعرّف دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية تحليل المضمون بأنه أحد المناهج المستخدمة في دراسة محتوى وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية، وذلك باختيار عيِّنة المادة موضع التحليل وتقسيمها وتحليلها كمّاً وكيفاً على أساس خطة منهجية منظمة[١٧].

٣ ـ أداة جمع البيانات

تصميم صحيفة تحليل المضمون: قامت الباحثة بتصميم صحيفة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات وفقا للخطوات التالية:

(١) تحديد أهداف الدراسة بوضوح، والتي اشتملت على التعرف إلى طبيعة المحتوى المقدم في برامج الفتاوى الدينية على الفضائيات العربية، وذلك من مضمون الاتصالات الهاتفية من الجمهور لضيف البرنامج، والتعرف إلى تخصص وتوجهات المفتين الذين يظهرون في تلك القنوات وأحكامهم الصادرة على الفتاوى ومرجعياتهم الدينية في الرد على تلك الفتاوى.

(٢) تحديد فئات التحليل من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تطرقت إلى دراسة المحتوى الديني للبرامج الدينية المقدمة في الفضائيات العربية.

---

(١٧) عاطف عدلي العبد، **بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وتنفيذها** (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٧)، ص ٤٧ ـ ٤٨.

(٣) الصوغ المبدئي لصحيفة تحليل المضمون.

(٤) مراجعة صحيفة تحليل المضمون وعرضها على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال مناهج البحث ـ الدعوة والثقافة الإسلامية ـ بالإضافة إلى ممارسين للعمل الإعلامي وبخاصة برامج الفتاوى الدينية بهدف التأكد من صلاحية الاستمارة وكفاءة الفئات للإجابة عن تساؤلات الدراسة.

(٥) صوغ الصحيفة في صورتها النهائية بعد إجراء التعديلات التي أقرّها السادة المحكمون.

خامساً: تساؤلات وفروض الدراسة

قامت الباحثة بتصميم استمارة تحليل مضمون عيِّنة من برامج الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية، بناءً على مجموعة من التساؤلات التي تم صوغها بعد الاطلاع على الدراسات السابقة والإطار النظري للدراسة المتمثل بنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، كما قامت الباحثة أيضاً بتحديد الفروض البحثية للدراسة الميدانية، والتي وردت على النحو التالي:

١ ـ التساؤلات الخاصة بتحليل مضمون الفتاوى الدينية

أ ـ التساؤلات الخاصة بالشكل

(١) ما مدة برنامج الفتوى في القنوات الفضائية العربية؟

(٢) ما طبيعة اللغة التي يستخدمها الضيوف في تلك البرامج للرد على الجمهور؟

(٣) ما طبيعة مشاركة الجمهور في تلك البرامج؟

(٤) ما القالب الفني الذي يقدم من خلاله برنامج الفتوى؟

(٥) ما طبيعة الضيوف الذين يتم استضافتهم في تلك البرامج؟

(٦) ما التخصصات العلمية للضيوف الذين يتم استضافتهم في تلك البرامج؟

(ب) تساؤلات المضمون

(١) ما طبيعة الفتاوى التي تطرح في تلك البرامج؟

(٢) هل يستند المفتي في حكمه الشرعي إلى القرآن والسنّة أم للاجتهاد ورأيه الشخصي أم يجمع بين الإثنين؟

(٣) هل يتم عرض الفتوى من قبل الضيف بشكل متوازن أم بشكل متحيز؟

(٤) هل هناك عنوان محدد لبرنامج الفتاوى أم أنه يستقي عنوان حلقته أو موضوع حلقته من مشاركات الجمهور؟

(٥) ما مضمون الفتاوى التي يطرحها الجمهور في هذه البرامج؟

(٦) ما المداخل الإقناعية التي يستخدمها الضيف في الرد على تساؤلات المتصلين؟

٢ ـ فروض الدراسة الميدانية

تسعى الدراسة الميدانية لاختبار الفروض التالية:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين اعتماد الجمهور على الفتاوى الدينية ودوافع هذا الاعتماد.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين اعتماد الجمهور المصري على الفتاوى الدينية والتأثيرات الناتجة من هذا الاعتماد.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين دوافع اعتماد الجمهور المصري على الفتاوى الدينية والتأثيرات الناتجة منه.

الفرض الرابع: توجد فروق دالّة إحصائياً بين المبحوثين من حيث اعتمادهم على الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية، وذلك حسب خصائصهم الديمغرافية.

الفرض الخامس: توجد فروق دالّة إحصائياً بين المبحوثين من حيث دوافع اعتمادهم على الفتاوى الدينية المقدمة على الفضائيات العربية بحسب خصائصهم الديمغرافية.

الفرض السادس: توجد فروق دالّة إحصائياً بين المبحوثين من حيث التأثيرات الناتجة من اعتمادهم على الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية، بحسب خصائصهم الديموغرافية.

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين تعرض المبحوثين لبرامج الفتاوى الدينية ومستوى معرفتهم بالأحكام الشرعية الواردة بتلك البرامج.

الفرض الثامن: توجد علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين تعرّض المبحوثين لبرامج الفتاوى الدينية ومشاركتهم الآخرين (الأصدقاء والمعارف والأقارب) بالمعلومات الواردة بتلك البرامج.

الفرض التاسع: توجد علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين مستوى تديّن المبحوثين ودوافع اعتمادهم على برامج الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية.

٣ ـ متغيرات الدراسة

تم تقسيم متغيرات الدراسة إلى متغيرين: مستقل وتابع. (انظر الجدول الرقم (٩ ـ ١)).

الجدول الرقم (٩ ـ ١)

متغيرات الدراسة

(١) متغير مستقل	(٢) متغير تابع
• التعرض لبرامج الفتاوى الدينية. • دوافع التعرض. • اعتماد الجمهور المصري على الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية. • المتغيرات الديموغرافية (النوع ـ السن ـ التعليم ـ المهنة ـ المستوى الاجتماعي والاقتصادي). • المتغيرات الشخصية (مستوى تدين المبحوثين).	• التأثيرات المعرفية والسلوكية في المبحوثين. • مستوى معرفتهم بالأحكام الشرعية الواردة ببرامج الفتاوى. • المشاركة بالرأي بالأحكام الشرعية مع الأصدقاء والمعارف.

سادساً: المقاييس الإحصائية المستخدمة

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها ـ بعد ترميزها ـ إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج «الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية» والمعروف باسم (SPSS) اختصاراً لـ:

(Statistical Package for the Social Sciences)، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

١ ـ التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

٢ ـ المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

٣ ـ الوزن المئوي الذي يحسب من المعادلة.

٤ ـ الوزن المئوي = (المتوسط الحسابي × ١٠٠) ÷ الدرجة العظمى للعبارة.

٥ ـ الوزن المرجح: الذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين يقرره الباحث بناءً على عدد المراتب في السؤال، ثم تجمع نتائج الضرب لكل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة وتحسب النسب المئوية لبنود السؤال كلها.

٦ ـ اختبار كا٢ لجداول التوافق (Contingency-Tables Chi Square Test): لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الاسمي (Nominal).

٧ ـ استخدمت الدراسة الحالية في اختبار فروضها معاملات الإحصاء اللامعلمي، ويطلق على إحصاء «التوزيعات الحرة» (Distribution Free)، حيث لا يتطلب استخدامه فروضاً معيّنة في توزيعات المتغيرات، على عكس الإحصاء البارامتري الذي يتطلب مثل هذه الفروض، كأن يكون توزيع المتغيرات اعتدالياً، كذلك الإحصاء اللامعلمي يستخدم في حالات المتغيرات من المستوى الاسمي أو الرتبي. تأصيلاً على ما سبق، استخدمت معاملات الإحصاء اللامعلمي لأن متغيرات الدراسة الميدانية هي متغيرات إما على المقياس الاسمي أو الترتيبي، لذا لا يصحّ استخدام المعاملات الإحصائية المعلمية (البارامترية).

٨ ـ معامل ارتباط كيندال تاو، لقياس قوة العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة، وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٣,٠، ومتوسطة إذا كانت قيمته ما بين ٣,٠ ـ ٧,٠، وقوية إذا زادت قيمته على ٧,٠.

٩ ـ اختبار «مان ويتني» (Mann-Whitney U) لدراسة الفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من أفراد عيِّنة البحث على أحد المقاييس الاسمية أو الرتبية.

١٠ ـ اختبار «كروسكال» (Kruskal Wallis) لقياس معنوية الفروق بين أكثر من مجموعتين مستقلتين على أحد المقاييس الاسمية أو الرتبية.

سابعاً: منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة في شقيها التحليلي والميداني، على المنهج المسحي (Survey Method) والذي يعدّ من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية وبخاصة البحوث الوصفية، ويعدّ جهداً علمياً منظماً للحصول على أهم البيانات والمعلومات والأوصاف المتعلقة بالظاهرة محل الدراسة، وفي إطاره تعتمد الباحثة على أسلوب المسح بالعيِّنة ، وذلك في ما يتعلق بكل من:

١ ـ مسح المضمون

يجرى على عيِّنة من برامج الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية بعد دراسة استطلاعية على عيِّنة من الجمهور المتابع لهذه البرامج، وذلك بهدف التعرف إلى مضمون الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية.

الجدول الرقم (٩ ـ ٢)

توزيع برامج الفتاوى الدينية على القنوات الفضائية العربية

القناة	برامج الفتاوى	عدد الحلقات	مدة البرنامج		بالمئة
			ق	س	
الحياة ١	الدين والحياة	٦٧	٣٥٣٧	٥٨,٩٥	٦٦,٠٣
دريم ٢	الموعظة الحسنة	٢٤	١٣٢٠	٢٢	٢٤,٦٤
المحور	المسلمون يتساءلون	١٢	٥٠٠	٨,٣٣	٩,٣٣
المجموع	٣	١٠٣	٥٣٥٧	٨٩,٢٨	١٠٠

٢ ـ مسح الجمهور

استهدفت الدراسة الميدانية التعرف إلى التأثير المعرفي والسلوكي الذي يحدث للمبحوثين جرّاء تعرضهم للفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية، سواءٌ حدث

هذا التأثير نتيجة تعرضهم لتلك الفتاوى أو اعتمادهم عليها في رفع مستوى معرفتهم بالأحكام الشرعية المقدمة في هذه البرامج، والتعرّف أيضا إلى دوافع المبحوثين في التعرض لهذه النوعية من البرامج، بالإضافة إلى التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تحدث للمبحوثين جرّاء تعرضهم لهذه الفتاوى. وقد استهدفت الدراسة أيضاً التعرف إلى مدى تعرّض مفردات العيِّنة للفضائيات العربية بصفة عامة، ولبرامج الفتاوى الدينية بصفة خاصة.

ثامناً: مقاييس الدراسة وأساليب القياس المستخدمة

قامت الباحثة بتحديد مجموعة من المقاييس للدراسة الميدانية والأسئلة المكونة لها والدرجات التي تم إعطاؤها للمقياس كما يلي:

١ ـ مقياس الاعتماد على برامج الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية

ويقيسه سؤال رقم ١١ في الاستمارة.

٢ ـ مقياس دوافع الاعتماد

تقيسه الأسئلة التالية في الاستمارة:

ـ س ٨ (العبارات ١ و٢ و٤ و٥ و٨ و١٠ و١١) ٢ درجة (صفر ـ ١٤ درجة)

ـ س ٨ (العبارات ٣ و٦ و٧ و٩ و١٢ و١٣) ١ درجة (صفر ـ ٦ درجة)

ـ س ١٣ (١١ عبارة) صفر ـ ٣٣، إجمالي درجات المقياس صفر ـ ٥٣.

٣ ـ مقياس التأثيرات المعرفية

تقيسه التساؤلات التالية:

ـ س ١٨ (العبارات ١ ـ ٥) ودرجاته (٥ ـ ١٥ درجة)

ـ س ١٥ ودرجاته (صفر ـ ٢)، إجمالي درجات المقياس (٥ ـ ١٧).

٤ ـ مقياس التأثيرات الوجدانية

تقيسه التساؤلات التالية:

ـ س ١٨ (العبارات ٦ ـ ١٠) (٥ ـ ١٥ درجة)

ـ س ١٦ صفر ـ ٢، وبلغ إجمالي درجات المقياس (٥ ـ ١٧).

٥ ـ مقياس التأثيرات السلوكية

تقيسه التساؤلات التالية:

ـ س ١٨ (العبارات ١١ ـ ١٥) (٥ ـ ١٥ درجة)

ـ س ٢١ (العبارات ١ ـ ١٣) (١٣ ـ ٣٩ درجة)

ـ س ٢٢ ودرجاته (صفر ـ ٢)، وبلغ إجمالي درجات المقياس (١٨ ـ ٥٦)، التأثيرات الإجمالية بلغ إجمالي درجات المقياس (٢٨ ـ ٩٠).

٦ ـ مقياس المستوى الاجتماعي والاقتصادي

بلغ إجمالي درجات المقياس (صفر ـ ٣٠).

٧ ـ مقياس التعرض لبرامج الفتاوى الدينية

يقيسه س ١٠ ودرجاته (١ ـ ٣)، س ١٢ (ثلاث عبارات فقط) ودرجاته (٠ ـ ٣)، إجمالي درجات المقياس (١ ـ ٦).

٨ ـ مقياس المشاركة بالرأي مع المحيطين

يقيسه (س ١٤) ودرجاته (صفر ـ ٢)، س ٢٣ ودرجاته (صفر ـ ٢)، بلغ إجمالي درجات المقياس (صفر ـ ٤)

٩ ـ مقياس مستوى المعرفة بالأحكام الواردة في برامج الفتاوى الدينية

وتقيسه التساؤلات، س ٢٠ (العبارات ١ ـ ٢٠) ودرجاته (صفر ـ ٢٠ درجة)، وبلغ إجمالي درجات المقياس (صفر ـ ٢٠).

١٠ ـ مقياس مستوى تديّن المبحوثين

ويقيسه السؤال ١٥ (العبارات ١ ـ ١١) ودرجاته (صفر ـ ٣٣ درجة)، إجمالي درجات المقياس (صفر ـ ٣٣).

استخدمت الدراسة الحالية في اختبار فروضها معاملات الإحصاء اللامعلمي، ويطلق على إحصاء «التوزيعات الحرة» (Distribution Free)[١٨]، حيث لا يتطلب استخدامه فروضاً معيّنة في توزيعات المتغيرات على عكس الإحصاء البارامتري الذي يتطلب مثل هذه الفروض، كأن يكون توزيع المتغيرات اعتدالياً، كذلك الإحصاء اللامعلمي يستخدم في حالات المتغيرات من المستوى الاسمي أو الرتبي. تأسيساً على ما سبق استخدمت معاملات الإحصاء اللامعلمي، لأن متغيرات الدراسة الميدانية هي متغيرات إما على المقياس الاسمي أو المقياس الترتيبي، لذا لا يصح استخدام المعاملات الإحصائية المعلمية (البارامترية).

تاسعاً: أدوات الدراسة

١ ـ استمارة الاستبيان

قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان، وفقاً للأهداف العامة للدراسة، وللفروض التي تم تحديدها انطلاقاً من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونتائج الدراسات السابقة، ونتائج الدراسة التحليلية لمضمون برامج الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية، وتأثير الفتاوى المقدمة في تلك البرامج على معارف وسلوكيات الجمهور المصري.

٢ ـ تصميم استمارة الاستبيان

اشتملت صحيفة الاستبيان على مجموعة من الأسئلة بلغ عددها (٤٤)، وشملت المحاور التالية:

المحور الأول: وقد تضمن محاولة التعرف إلى أنماط تعرض المبحوثين للفضائيات العربية، وتعرضهم للبرامج الدينية عموما المقدمة في تلك الفضائيات

(١٨) صلاح الدين محمود علام، **الأساليب الإحصائية الاستدلالية في تحليل بيانات البحوث النفسية والتربوية والاجتماعية: البارامترية واللابارامترية** (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠١٠)، ص ٣٥ ـ ٣٧.

وأسباب مشاهدتهم وعدم مشاهدتهم لتلك البرامج، وما معدل تعرضهم لبرامج الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية وأسباب تعرضهم وعدم تعرضهم لهذه البرامج، ودوافع التعرض ودرجة اعتمادهم بالإضافة إلى أهم برامج الفتاوى الدينية التي يتعرضون لها، وقد اشتمل هذا المحور على الأسئلة من س (١) إلى س (١٣).

المحور الثاني: استهدف تعرّف مدى مناقشة المبحوثين لمضمون تلك البرامج مع أصدقائهم ومعارفهم، ودور هذه البرامج المعرفي والوجداني على المبحوثين، بالإضافة إلى دور تلك البرامج في تغيير اتجاهات المبحوثين حول بعض القضايا، ودرجة ثقتهم في برامج الفتاوى الدينية عيِّنة الدراسة التحليلية، وتشمل الأسئلة من س (١٤) إلى س (١٧).

المحور الثالث: استهدف معرفة التأثيرات المعرفية والوجدانية الناتجة عن اعتمادهم على برامج الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية، وقياس المستوى المعرفي للمبحوثين بالأحكام الشرعية التي قدمتها هذه البرامج، وتشمل الأسئلة من س (١٨) إلى س (٢٠).

المحور الرابع: استهدف التعرّف بالتأثيرات السلوكية الناتجة عن تعرض المبحوثين لبرامج الفتاوى الدينية، ودور هذه البرامج في تعديل سلوكيات المبحوثين في حياتهم اليومية، وتشمل الأسئلة من س (٢١) إلى س (٢٥).

المحور الخامس: للتعرف إلى إدراك الجمهور على أهم الشخصيات الإسلامية التي يعتدّ المبحوثون برأيهم ويثقون في فتواهم، وكذلك التأثير السلبي لبرامج الفتاوى الدينية من حيث ظهور فتاوى متضاربة وظاهرة فوضى الفتاوى في الفضائيات ورؤية المبحوثين لكيفية التغلب على هذه الظاهرة السلبية، وتشمل الأسئلة من س (٢٦) إلى س (٣٠).

المحور السادس: استهدف تعرّف المتغيرات الديمغرافية لعيِّنة الدراسة (النوع، السن، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي والاجتماعي، مستوى تدين المبحوثين)، واشتمل على الأسئلة من س (٣١) إلى س (٤٤).

عاشراً: نتائج الدراسة

١ ـ نتائج الدراسة التحليلية

خلصت الدراسة التحليلية إلى مجموعة من النتائج، والتي يمكن أن نوردها على النحو الآتي:

(١) أظهرت الدراسة أن الجمع بين أكثر من مستوى لغوي في الحلقة الواحدة تصدّر الترتيب الأول بنسبة (٧٧,٧ بالمئة)، وفي الترتيب الثاني تأتي عامية المثقفين بنسبة (١٥,٥ بالمئة)، وأخيراً في الترتيب الثالث عامية المتنوّرين بنسبة (٣,٩ بالمئة)، ثم اللغة الفصيحة (٢,٩ بالمئة). وتوضح تلك النتيجة اهتمام البرامج والضيوف بمحاولة تبسيط الأسلوب اللغوي المستخدم حتى يسهل فهم الحكم الشرعي وتفاصيله بشكل واضح ومن دون لبس. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة مصطفى عبد الوهاب (٢٠٠٩م) التي أكدت عدم استخدام «لغة التراث» في البرامج الدينية المقدمة في القنوات الحكومية والخاصة، ما يعدّ دلالة لمحاولة ضيوف البرنامج تبسيط الأساليب اللغوية لتيسير الفهم والاستيعاب لدى المتلقين.

(٢) تصدر علماء الدين مقدمة التخصصات التي تظهر في عيِّنة الدراسة التحليلية بنسبة (٨٤,٢ بالمئة)، ويأتي في الترتيب الثاني رجال التربية بنسبة (١٠,٨ بالمئة)، وفي الترتيب الأخير يأتي الأطباء وكانت نسبتهم (٥ بالمئة).

(٣) احتلت فئة أساتذة بجامعة الأزهر الشريف الترتيب الأول بنسبة (٣٧,٥ بالمئة) من وظائف الضيوف ببرامج الفتاوى الدينية عيِّنة الدراسة التحليلية، وفي الترتيب الثاني تأتي وظيفة إمام وخطيب مسجد بنسبة (٢٧,٧ بالمئة)، ثم طبيب نفسي (١٥,٨ بالمئة) في الترتيب الثالث، يليها في الترتيب الرابع طبيب تغذية (١١ بالمئة)، ثم المذيع هو الضيف (٦ بالمئة)، وأخيراً داعية مسلم (٢ بالمئة).

(٤) يجيب ضيوف برامج الفتاوى الدينية عيِّنة الدراسة التحليلية عن الكثير من أشكال الأسئلة المطروحة أو الاتصالات المطروحة، سواء كان ذلك طلباً للفتوى/ أو مداخلة أو تعليقاً في موضوع الحلقة/ أو لو كان استشارة طبية أو نفسية بلغ عددها (١١٦) سؤالاً، وهناك بعض التساؤلات التي لم يجيبوا عنها نظراً إلى قلة الوقت أو تكرار السؤال في الاتصال الواحد.

(٥) تتقدّم النساء نوعية الجمهور المشارك في برامج الفتاوى الدينية عيِّنة الدراسة بنسبة (٧٨,٥ بالمئة)، ثم الرجال (١٧,٩ بالمئة)، وأخيراً فئة الشباب من الجنسين ذكور وإناث ولكن في مرحلة الشباب (٣,٦ بالمئة).

(٦) يتصدّر برنامج «الدين والحياة» البرامج الأخرى من حيث عدد الاتصالات الهاتفية فيه وبلغت نسبتها (٦٤,٧ بالمئة)، يليه في الترتيب الثاني برنامج «الموعظة

الحسنة» بنسبة اتصالات (١٩,٣ بالمئة)، وفي الترتيب الثالث يأتي برنامج «المسلمون يتساءلون» بنسبة (١٦ بالمئة).

(٧) النسبة الأعلى من مضمون اتصالات الجمهور في البرامج عيِّنة الدراسة تتمحور حول طلب فتوى وبلغت نسبتها (٧٢,٣ بالمئة)، ويأتي في الترتيب الثاني طلب استشارة نفسية أو صحية وبلغت نسبتها (٢٣ بالمئة)، وفي الترتيب الأخير تأتي مداخلات الجمهور أو تعليقاته حول موضوع الحلقات بنسبة (٤,٧ بالمئة).

(٨) جاء الجمهور المصري في المرتبة الأولى بالنسبة إلى جنسيات الجمهور المشارك ببرامج الفتاوى الدينية عيِّنة الدراسة بنسبة (٩٩,٥ بالمئة)، يليه الجمهور العربي بنسبة (٠,٥ بالمئة).

(٩) جاء الاتصال الهاتفي المباشر على الهواء في مقدمة أساليب طرح الجمهور للأسئلة والمداخلات في برامج الفتاوى الدينية عيِّنة الدراسة بنسبة (٩٨,٧ بالمئة)، يليه أسلوب (الرسائل القصيرة sms ـ البريد الإلكتروني للبرنامج ـ موقع البرنامج على الفيس بوك وتويتر) بنسبة (١,٣ بالمئة).

(١٠) يتصدر المتصل الملتزم بالأخلاقيات العامة والآداب الإسلامية الترتيب الأول بنسبة (٩٩,٣ بالمئة)، ويأتي في الترتيب الثاني الملتزم إلى حد ما بنسبة (٠,٥ بالمئة)، وفي الترتيب الأخير يأتي غير الملتزم بنسبة (٠,٢ بالمئة).

(١١) كانت الفتاوى المتعلقة بشؤون الأسرة والأبناء في مقدمة مجالات الفتوى التي طرحها المتّصلون طوال فترة التحليل لعيِّنة برامج الفتاوى الدينية، وكانت نسبتها (٢٤,٣ بالمئة)، وفي الترتيب الثاني تأتي فتاوى العلاقات مع الأهل والأقارب والجيران (١٨,٨ بالمئة)، وفي الترتيب الثالث تأتي الفتاوى الخاصة بالعلاقات الزوجية والمعاملات بين الزوجين (١٦ بالمئة).

(١٢) تأتي الأسئلة المنطقية في مقدمة الأسئلة المطروحة في الاتصالات الهاتفية ببرامج الفتاوى الدينية عيِّنة الدراسة وبلغت نسبتها (٩٢,١ بالمئة)، وفي الترتيب الثاني تأتي الأسئلة التي يصعب الحكم على منطقيتها (٧,٥ بالمئة)، وفي الترتيب الأخير تأتي الأسئلة غير المنطقية ونسبتها ضعيفة للغاية (٠,٢ بالمئة).

(١٣) تصدّرت الأحكام الشرعية مضمون الأسئلة التي طرحها المتصلون على الهواء وبلغت نسبتها (٦٦,٣ بالمئة)، ويأتي في الترتيب الثاني القضايا العلمية والصحية

(١٥,٧ بالمئة)، وفي الترتيب الثالث تأتي القضايا الاجتماعية (٩,٢ بالمئة)، وفي الترتيب الرابع تأتي القضايا النفسية (٦,٤ بالمئة)، وفي الترتيب الخامس تأتي القضايا السياسية ونسبتها (١,٣ بالمئة)، ثم القضايا الاقتصادية (٠,٩ بالمئة)، وأخيراً القضايا الإعلامية وكانت نسبتها (٠,٢ بالمئة).

(١٤) تخص أغلبية الأسئلة المطروحة في برامج الفتاوى الدينية عيِّنة الدراسة المتصل شخصياً وبلغت نسبتها (٩٥ بالمئة)، وفي الترتيب الثاني تأتي الأسئلة التي تخص أحد أفراد أسرته، تخص المجتمع كله، الأسئلة التي تخص زميل أو صديق للمتصل وبلغت (٥ بالمئة).

(١٥) تصدرت المواقف الواقعية التي استقاها الضيف من واقعنا المعاصر الترتيب الأول كمرجعية للضيف في رده على تساؤلات المتصلين بنسبة (٣٣,٦ بالمئة)، وجاء في الترتيب الثاني السنَّة النبوية والأحاديث الشريفة وبلغت نسبتها (٢١ بالمئة)، ويأتي القرآن الكريم والأحاديث القدسية في الترتيب الثالث بنسبة (١٩,٣ بالمئة)، أما الحقائق العلمية والنفسية فتأتي في الترتيب الرابع (١٥,٨ بالمئة)، ويأتي في الترتيب الخامس آراء وأفعال الأئمة والفقهاء (٨,٦ بالمئة)، ثم قصص التاريخ الإسلامي (١ بالمئة)، وفي الترتيب الأخير تأتي المؤسسات الدينية الرسمية (٠,٧ بالمئة).

(١٦) تفوقت المداخل الدينية والعقلية بنسبة (٥٠,٥ بالمئة) من مداخل الإقناع التي استخدمها الضيف في رده على الاتصالات الهاتفية، تليها المداخل العاطفية في الترتيب الثاني وبلغت نسبتها (٢٦,١ بالمئة)، ثم المداخل العلمية والصحية في الترتيب الثالث بنسبة (١٩,٨ بالمئة)، وفي الترتيب الرابع والمداخل النفسية (٣,٢ بالمئة)، وأخيراً المداخل التي تقوم على فتاوى سابقة لعلماء دين بلغت نسبتها (٠,٤ بالمئة). وتفسّر الباحثة هذه النتيجة في ضوء أن الضيف لا يجيب عن كل التساؤلات المطروحة من خلال مداخل واضحة.

(١٧) نسبة كبيرة من الضيوف الذين ظهروا في برامج الفتاوى الدينية يعرضون إجاباتهم عن أسئلة المتصلين بطريقة سهلة وواضحة ويستخدمون فيها جُملاً قصيرة وواضحة وكانت نسبة هذه الطريقة (٩٣,٣ بالمئة) من طرق عرض الضيف لإجابته، وتظهر بعض الاتصالات التي يصعب التعرف إلى طريقة عرض الضيف للإجابة فيها، وكانت نسبتها (٦,٧ بالمئة)، حيث ظهر من خلال التحليل (٤١) سؤالاً لم يقم الضيف بالرد عليهم وبالتالي تم احتساب هذه الإجابة في فئة غير واضح.

(١٨) اهتم (٧٣,٣ بالمئة) من ضيوف برامج الفتاوى الدينية عيِّنة الدراسة عند ردهم على سؤال المتصل بالإجابة برأيهم الفقهي دون توضيح إلى أي الآراء الفقهية ينتمي هذا الرأي، وفي الترتيب الثاني لم تستوضح الباحثة الطريقة التي يقدم بها الضيف إجابته وبلغت نسبتها (٢٢,٦ بالمئة)، وفي الترتيب الثالث يأتي عرض جميع الآراء الفقهية من قبل الضيف عند رده على السؤال وبلغت النسبة (٣,٦ بالمئة)، وفي الترتيب الأخير ظهر تحيز الضيف لرأي فقهي معيَّن عند عرضه للفتوى (٠,٥ بالمئة).

(١٩) التفاعل بين ضيف البرنامج والمتصل يحتل الترتيب الأول وبلغت نسبته (٩٢ بالمئة)، وفي الترتيب الثاني يأتي عدم التفاعل (٤ بالمئة)، أما عندما يكون التفاعل بينهم غير واضح فبلغت النسبة (٤ بالمئة).

(٢٠) تتسم لغة الحوار بين المتصل والضيف في برامج الفتاوى الدينية عيِّنة الدراسة بالاحترام المتبادل، حيث تفوقت نسبتها وبلغت (٩٨,٥ بالمئة) من لغة الحوار المستخدمة في الاتصالات الهاتفية لتلك البرامج، والتي وصلت إلى (٥٤٩ اتصالاً)، وفي الترتيب الثاني يظهر عدم وجود مستوى واضح للغة وبلغت نسبته (٠,٧ بالمئة)، وفي الترتيب الثالث ظهرت لغة الهجوم من جانب المتصل ونسبتها (٠,٥ بالمئة)، وفي الترتيب الأخير تأتي لغة التعالي والسخرية من ضيف البرنامج نحو المتصل (٠,٢ بالمئة).

(٢١) المتصل لا تظهر على صوته استجابة واضحة بتنفيذ الفتوى أو اتّباعها بنسبة (٦٢,١ بالمئة)، يليه في الترتيب الثاني المتصل الذي يهتم بالاستجابة إلى حد ما للضيف من خلال كلمة أو إشارة لإجابة الضيف وبلغت نسبتهم (٣٧ بالمئة)، وفي الترتيب الثالث والأخير تأتي فئة المتصلين الذين يهتمون بالاستجابة إلى ما يقوله الضيف (٠,٩ بالمئة).

(٢٢) يهتم ضيوف البرامج بالحديث باعتدال وباستخدام أيديهم وأذرعهم باعتدال لتوصيل المعلومة أو (لغة الجسد) وكانت نسبة من استخدموا هذه الطريقة أثناء إفتائهم للجمهور (٨١,٨ بالمئة) وهي نسبة كبيرة.

٢ ـ نتائج الدراسة الميدانية

(١) أظهرت النتائج الميدانية أن أغلبية المبحوثين يشاهدون البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية بشكل دائم، وكانت نسبتهم (٧٠ بالمئة)، أما من يشاهدونها

أحياناً فكانت نسبتهم (٣٠ بالمئة)؛ أي أن نسبة من يشاهدون في إجمالي العيِّنة ٤٠٠ مفردة (١٠٠ بالمئة).

(٢) أن من أهم أسباب مشاهدة المبحوثين عيِّنة الدراسة الميدانية للبرامج الدينية المذاعة بالقنوات الفضائية العربية هي أنها «تساعدني على فهم أمور ديني» بنسبة بلغت (٦٣,٣ بالمئة)، وفي الترتيب الثاني يأتي سبب «أنها تقدم فتاوى معاصرة مفيدة لي» بنسبة (٥٧ بالمئة)، والسبب الثالث هو «الجرأة في تناول الموضوعات الدينية» (٢٩,٣ بالمئة)، والسبب الرابع «صدقية ما تقدمه والثقة في آراء من يقومون بالإفتاء بها» (٢٩ بالمئة)، السبب الخامس «تقدم آراء فقهية معتدلة تفيدني في حياتي» بنسبة (٢٦,٣ بالمئة)، السبب السادس «الأسلوب الجذاب والمشوّق للمتحدثين في البرامج» (٢٤,٥ بالمئة)، السبب السابع هو «تناول القضايا الإسلامية بأسلوب غير متشدد» (٢١,٨ بالمئة).

(٣) المصدر الأول الذي يلجأ إليه المبحوثون في الحصول على معلوماتهم الدينية هو «القنوات الدينية المتخصصة» بنسبة (٦٦,٨ بالمئة)، أما المصدر الثاني فهو «برامج الفتاوى الدينية في الفضائيات العربية» (٦٥,٨ بالمئة)، ثم إذاعة القرآن الكريم كمصدر ثالث للمعلومات الدينية للمبحوثين (٦٤,٨ بالمئة)، و«الكتب الدينية» كمصدر رابع للمعلومات الدينية للمبحوثين (٣٢,٨ بالمئة)، ثم المصدر الخامس وهو «المؤسسات الدينية الرسمية» (٢٠,٥ بالمئة)، فالمصدر السادس وهو «الصفحات الدينية في الصحف والمجلات» بنسبة (١٨,٥ بالمئة)، أما «مواقع الإنترنت الإسلامية» فتأتي في الترتيب السابع كمصدر للمعلومات الدينية للمبحوثين بنسبة (١٧,٨ بالمئة)، ثم «الندوات الدينية» كمصدر للمعلومات الدينية في الترتيب الثامن (١١,٣ بالمئة)، و«مواقع الشيوخ والعلماء على الإنترنت» (٧,٣ بالمئة)، وأخيراً تليها أخرى تذكر مثل (الذهاب لمشيخة الأزهر ـ الحوار المباشر مع الشيوخ) وبلغت نسبتها (٠,٥ بالمئة).

(٤) يشاهد (٨٨,٥ بالمئة) من المبحوثين برامج الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية، و(١١,٥ بالمئة) من إجمالي المبحوثين يشاهدون برامج الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية.

(٥) أهم سبب يدفع المبحوثين لمشاهدة برامج الفتاوى الدينية هو «لمعرفة حكم شرعي حول مسألة ما تحيّرني» بنسبة بلغت (٥٤,٥ بالمئة)، وفي الترتيب الثاني يأتي «لمعرفة آراء الأئمة والفقهاء حول القضايا الحياتية المعاصرة» بنسبة (٤٥,٨ بالمئة)،

وفي الترتيب الثالث يأتي سبب «لأنني أثق في القنوات التي تقدم برامج إفتاء» وكانت نسبتها (٥ , ٤٣ بالمئة)، ثم «لاستغلال وقتي في مشاهدة برامج مفيدة» يأتي في الترتيب الرابع بنسبة (٩ , ٤٢ بالمئة)، ثم «لتنمية وزيادة معلوماتي الدينية» في الترتيب الخامس بنسبة (٣ , ٣٥ بالمئة)، ويأتي سبب لأنها تتوافق مع اهتماماتي ومعتقداتي «في الترتيب السادس بنسبة بلغت (٨ , ٢٦ بالمئة)، ثم «الاستفادة من تجارب الآخرين» في الترتيب السابع (٨ , ١٩ بالمئة)، ثم «لطلب استشارة نفسية أو اجتماعية أو صحية من ضيف البرنامج» في الترتيب الثامن (٢ , ١٧ بالمئة)، ثم «لموضوعيتها عند تناول القضايا الخلافية» (١ , ١٦ بالمئة)، يليها «لصعوبة التواصل مع المؤسسات الدينية الرسمية للحصول على فتوى» بنسبة (٧ , ١٤ بالمئة) وفي المرتبة نفسها يظهر سبب «لأنها تتناول جميع الموضوعات بحرية وعمق» بالنسبة نفسها وهي (٧ , ١٤ بالمئة)، ثم «لسهولة الاتصال التليفوني بهذه البرامج» (٨ , ١٣ بالمئة)، وأخيراً «لأنها تنفرد بعرض قضايا معاصرة» بنسبة بلغت (١ , ١٢ بالمئة).

(٦) أهم سبب يبعث المبحوثين لعدم مشاهدة برامج الفتاوى الدينية هو «ليس لدي وقت للمشاهدة» وبلغت نسبته (٥ , ٤٣ بالمئة)، ويأتي السبب الثاني لعدم المشاهدة هو «لعدم توافر الصدقية في تلك البرامج» ونسبته (٩ , ٢٣ بالمئة)، أما السبب الثالث فيرجع إلى «كثرة الفتاوى وتناقضها» بنسبة وصلت إلى (٧ , ٢١ بالمئة)، ثم لأنها «تتناول قضايا تقليدية مكررة وتتجاهل القضايا المعاصرة» بنسبة (٩ , ١٠ بالمئة)، ويأتي بعد ذلك لأنها «تتناول الموضوعات والفتاوى بتشدد» (٥ , ٦ بالمئة) وفي الترتيب عينه لأن «لدي اهتمامات أخرى» (٥ , ٦ بالمئة)، وأخيراً «لأنها تفتقر إلى التشويق» (٢ , ٢ بالمئة).

(٧) يعتمد المبحوثون بدرجة كبيرة على برامج الفتاوى الدينية بنسبة بلغت (٥ , ٤٧ بالمئة)، يليها في الترتيب الثاني الاعتماد بدرجة متوسطة بنسبة (٦ , ٣٧ بالمئة)، ثم الاعتماد عليها بدرجة محددة بنسبة (٩ , ١١ بالمئة)، وأخيراً منهم من لا يعتمدون عليها مطلقاً وهم نسبتهم ضعيفة بلغت (١ , ٣ بالمئة).

(٨) تصدر برنامج «المسلمون يتساءلون» على قناة «المحور» الفضائية على أعلى نسبة مشاهدة من قبل المبحوثين بلغت (٩ , ٤٦ بالمئة)، ويأتي في الترتيب الثاني برنامج «فتاوى الناس» على قناة «الناس» بنسبة (١ , ٤٤ بالمئة)، ثم برنامج «يستفتونك» على قناة «الرسالة» الفضائية (٣ , ٣٩ بالمئة)، ويليه في الترتيب برنامج «الموعظة الحسنة» على قناة «دريم ٢» (٢ , ٣٢ بالمئة)، فبرنامج «جنتي» على قناة «اقرأ» الفضائية (٩ , ٣١ بالمئة)، ويأتي بعد ذلك برنامج الدين والحياة» على قناة «الحياة» بنسبة (٨ , ٢٨ بالمئة)،

ثم برنامج «الشريعة والحياة» على قناة «الجزيرة» بـ (٧, ٢٣ بالمئة)، ثم برنامج الجواب الكافي بـ(٤, ٢٣ بالمئة) يليه برنامج «مجالس الطيبين» على الفضائية المصرية بـ (٣, ١١ بالمئة)، فبرنامج «قلوب عامرة» على قناة «الحياة»، بـ (٧, ١٠ بالمئة)، وبرنامج «الحياة كلمة» على قناة (mbc 1) الفضائية بـ (٢, ٦ بالمئة)، ثم البرامج التي اختاروها من عندهم بنسبة (٥, ٢ بالمئة).

(٩) يناقش (٣, ٤٨ بالمئة) من إجمالي المبحوثين عيِّنة الدراسة الميدانية دائماً مع الآخرين الفتاوى الدينية المقدمة في تلك البرامج، وأن (٢, ٤٣ بالمئة) يناقشون الفتاوى الدينية أحياناً مع الآخرين، بينما (٥, ٨ بالمئة) من المبحوثين لا يناقشون هذه الفتاوى مع الآخرين.

(١٠) تعتقد أغلبية العيِّنة من المبحوثين أن برامج الفتاوى الدينية تقدِّم لهم دائماً معلومات يمكنهم استعمالها في حياتهم اليومية بنسبة بلغت (٨, ٦٩ بالمئة)، ثم من يرون أنها تقدم لهم معلومات يمكنهم أحياناً استعمالها في حياتهم اليومية (٧, ٢٧ بالمئة) وأخيراً هناك بعض أفراد العيِّنة يرون أنها لا تقدم لهم معلومات يمكنهم استعمالها في حياتهم اليومية بنسبة (٥, ٢ بالمئة).

(١١) نسبة كبيرة من المبحوثين يؤمنون بأن برامج لفتاوى الدينية تغير اتجاهاتهم نحو قضايا معيّنة بشكل دائم وبلغت النسبة (١, ٦٢ بالمئة)، كما أن نسبة (٤, ٢٩ بالمئة) يرون أن هذه البرامج تسهم أحياناً في تغيير اتجاهاتهم نحو قضايا معيّنة، بينما يرى (٥, ٨ بالمئة) من المبحوثين أن هذه البرامج لا تغيّر اتجاهاتهم نحو قضايا معيّنة.

(١٢) أعلى نسبة ثقة من المبحوثين في القنوات الفضائية العربية التي تقدم برامج للفتاوى الدينية هي لقناة «اقرأ» وقناة «المجد» بنفس الوزن النسبي (٣, ٩٠ بالمئة)، تليهم قناة «الرسالة» بوزن نسبي (٣, ٨٩ بالمئة)، ثم قناة «المحور» بوزن نسبي (٧, ٧٥ بالمئة)، ثم قناة «دريم ٢» بنسبة بلغت (٧, ٧٣ بالمئة)، ثم قناة «الحياة ١» بوزن نسبي (٣, ٧٣ بالمئة).

(١٣) أكثر التأثيرات المعرفية التي حدثت للجمهور نتيجة تعرضه لبرامج الفتاوى الدينية هي «تزودني بالكثير من المعلومات حول الأحكام الشرعية بوزن نسبي (٧, ٩٤ بالمئة)، ثم في الترتيب الثاني «تزيد من معلوماتي الفقهية التي تساعدني في مناقشاتي مع الآخرين»، «جعلتني أنتظم في عباداتي» بوزن نسبي (٠, ٩٤ بالمئة) ثم «تعلمت منها

احترام الاختلاف» بوزن نسبي بلغ (٩٣,٧ بالمئة)، ثم «تعرفني على قضايا دينية واقعية بنسبة (٩٢,٠ بالمئة)، ثم أخيراً «تحفزني لقراءة المزيد من الفتاوى الدينية والأسانيد الشرعية» بـ (٩١,٧ بالمئة).

(١٤) وفي ما يتعلق بالتأثيرات الوجدانية لتلك البرامج على المبحوثين، فلقد وافق (٧٥,٧ بالمئة) على أن برامج الفتاوى الدينية «تكسبني روح وسطية الإسلام في آرائي الشخصية»، تليها (٧٥,٤ بالمئة) بأنها «تثير لدي شعور الاهتمام بالمعلومات الدينية»، ثم «تزيد من مشاعري الإيجابية نحو قضايا مجتمعي» بنسبة بلغت (٧٥,١ بالمئة)، ثم «تغير من مشاعري السلبية نحو بعض مشاكل الحياة التي تواجهني» بنسبة (٧٢,٦ بالمئة)، وأخيراً «أزالت من عندي الحيرة عندما أتعرض لأزمة أو موقف سيئ من الآخرين» (٧٠,١ بالمئة).

(١٥) أما التأثيرات السلوكية التي تحدث للمبحوثين نتيجة تعرضهم لهذه البرامج فلقد وافق المبحوثون على أن أهم التأثيرات السلوكية التي أحدثتها تلك البرامج أنها «جعلتني أنتظم في عباداتي» (صلاة ـ صيام ـ زكاة ـ حج) بنسبة بلغت (٨٧ بالمئة)، ثم «أصبحت من خلالها أكثر قدرة على اتخاذ قرارات صائبة في حياتي» بنسبة (٧٧,١ بالمئة)، و«غيّرت من سلوكياتي السلبية نحو أسرتي وأصدقائي والمجتمع» (٧٩,١ بالمئة)، تليها «حسّنت من علاقاتي مع زملائي ورؤسائي في العمل» بنسبة (٧٣,٢ بالمئة)، ثم «أكسبتني الثقة من خلال اتصالاتي التليفونية بأني عضو فعّال في المجتمع» (٦١ بالمئة).

(١٦) تصدّرت الشؤون الاجتماعية القضايا التي تتم متابعتها من قبل المبحوثين في برامج الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية، فكانت قضية «عقوق الوالدين» أهم القضايا التي يتابعها المبحوثون بدرجة كبيرة بوزن نسبي بلغ (٨٤,٧ بالمئة)، ثم قضية «تفرقة الوالدين في معاملة الأبناء»، و«الإنفاق على الأولاد» بالوزن نفسه (٧٨,٧ بالمئة)، ثم «الطلاق» بوزن (٧٧,٣ بالمئة) تليها «الخلافات الزوجية» بـ (٧٦,٣ بالمئة)، و«حقوق الجار في الإسلام» (٧٣,٧ بالمئة)، ثم قضية «الميراث الشرعي» (٦٧,٧ بالمئة)، ثم «الزواج الثاني» بلغ (٥٧,٣ بالمئة) ثم «قضايا المصاهرة» بوزن (٥٤ بالمئة)، وأخيراً «قانون الاستضافة» (٥٣,٣ بالمئة). توضح هذه النتيجة تصدُّر القضايا الخاصة بالعلاقات الأسرية اهتمام المبحوثين، تليها قضايا المواريث والعلاقات مع الجيران، ثم المتعلقة بعلاقة الزوج بالزوجة كالطلاق والزواج الثاني وقانون الاستضافة.

(١٧) أكثر السلوكيات السليمة التي استفاد منها المبحوثون من برامج الفتاوى الدينية هي «تعديل سلوكي السلبي» بوزن نسبي بلغ (٩٣,٧ بالمئة)، تليها في الترتيب الثاني سلوكياتهم مع الوالدين وفهمهم العملي لقضية حقوق الوالدين بـ (٩٣,٣ بالمئة)، تليها «تعلمت أمور ديني من خلال بعض الفتاوى» بـ (٩١,٧ بالمئة)، ثم «زادت علاقاتي الطيبة مع جيراني» بنسبة بلغت (٩١ بالمئة) ثم «حسّنت من علاقاتي بأسرتي من خلال ما تعلمته من الفتاوى» بوزن نسبي (٩٠,٧ بالمئة)، ثم «ساعدتني الفتاوى أن أحترم زوجتي والمرأة بوجه عام» (٩٠,٣ بالمئة) ثم تليها «الفتاوى الدينية أبعدتني عن كل ما هو حرام» بوزن نسبي (٨٩ بالمئة)، ثم «أدركت المعاملات الإسلامية ومفهومها في الإسلام» بوزن نسبي بلغ (٨٦,٣ بالمئة)، تليها «ساعدتني الفتاوى أن أكون مثالياً في كل شيء» بوزن نسبي (٨٥ بالمئة) «زادت من انتمائي وحبي لديني» (٨٠,٢ بالمئة)، ثم «لا أشعر بمشاكل حياتي اليومية حيث تقوم الفتاوى الدينية بحلها لي» (٨٠ بالمئة)، ثم «الفتاوى الدينية قد تشتت عقلي» (٦١ بالمئة). وأخيراً «أشعر أن بعض الفتاوى تدعم سلوكيات بي تعارض الدين الإسلامي» بنسبة بلغت (٤٩,٣ بالمئة).

(١٨) نسبة كبيرة من المبحوثين استفادوا دائماً من الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية في تعديل سلوكياتهم الحياتية للأفضل، وبلغت نسبتهم (٧٥,٤ بالمئة)، ثم استفادت أحياناً بنسبة بلغت (٢٣,٤ بالمئة)، وأخيراً لم يستفيدوا من تلك البرامج في تعديل سلوكهم بنسبة ضئيلة بلغت (١,٢ بالمئة).

(١٩) المبحوثون يرون أنه يجب أن تزداد جرعة الفتاوى الدينية ، وذلك لتدعيم فهم المسلم لدينه وذلك بنسبة بلغت (٥٨ بالمئة)، ثم يرون أنها يجب أحياناً أن تزداد وكانت نسبتهم (٣٨ بالمئة)، وأخيراً هناك مجموعة من المبحوثين يرون أن لا يجب أن تزداد جرعة الفتاوى الدينية في الفضائيات لتدعيم فهم المسلمين لدينهم وبلغت النسبة (٤ بالمئة).

(٢٠) أهم الجوانب التي يرى المبحوثون أنه يجب أن تركز عليها برامج الفتاوى الدينية والتي تسهم في دعم سلوك الإنسان المسلم هي «جوانب الحلال والحرام» بنسبة بلغت (٧٥,٤ بالمئة)، تليها «الموضوعات المتعلقة بالمعاملات الإسلامية» بنسبة (٥٣,٩ بالمئة)، ثم «جميع أركان الإسلام الخمسة» بنسبة (٤٦,٤ بالمئة)، تليها «حقوق الميراث» في الإسلام بنسبة وصلت إلى (٣٠,٤ بالمئة)، ثم «حقوق الأسرة في ميزان الإسلام» (٣٠,١ بالمئة)، تليها «حقوق الجار» (٢٧,٥ بالمئة)، ثم «ربط الدين بقضايا الحياة اليومية» (٢٦,٤ بالمئة)، تليها «المساواة بين الرجل والمرأة» (٢٢,٩

بالمئة)، ثم «حقوق المرأة في الإسلام» (٦ , ٢٠ بالمئة)، ثم «احترام حقوق الإنسان في الإسلام» حيث وصلت النسبة إلى (١٦,٨ بالمئة)، ثم أخرى تذكر وشملت (التركيز على آداب حرمات الله، التعامل مع الآخر المختلف معي وفهمه والعدل معه، آداب الاختلاف والتكامل بين الرجل والمرأة وليس المساواة، حكم الشرع في السينما والأفلام والرياضة) وبلغت تلك النسبة (٤ , ١ بالمئة).

(٢١) أغلبية المبحوثين يرون أن الفتاوى الدينية تساهم بشكل دائم في تغيير سلوكيات الفرد المسلم للأفضل بنسبة بلغت (٢ , ٧٣ بالمئة)، تليها أحياناً بنسبة (٣ , ٢٣ بالمئة)، وأخيراً لا تغيّر برامج الفتاوى الدينية تماماً سلوك الفرد المسلم للأفضل بنسبة (٤ , ٣ بالمئة).

(٢٢) أكثر الشخصيات التي يحترم المبحوثون رأيهم في مجال الفتاوى الدينية يتصدرهم الأستاذ الدكتور أحمد عمر هاشم بنسبة (١٨,٨١ بالمئة)، يليه الشيخ فرحات المنجي رحمه الله في الترتيب الثاني بنسبة (٠٤ , ١٧ بالمئة)، ثم الأستاذ الدكتور مبروك عطية في الترتيب الثالث بنسبة بلغت (١٤,٧٩ بالمئة)، ثم الأستاذة الدكتورة عبلة الكحلاوي بنسبة (١٢ , ١٣ بالمئة)، يليها الشيخ محمد حسان الداعية الإسلامي (٩١ , ٨ بالمئة)، ثم الشيخ أشرف الفيل (٧,٧٤ بالمئة)، يليهم في الترتيب السابع الأستاذ الدكتور محمد وهدان (٧,٦٤ بالمئة)، ثم الشيخ رمضان عبد المعز (٩٧ , ٥ بالمئة)، وأخرى تذكر (٥,٩٧ بالمئة) وتضمنت الشيوخ (علي جمعة، أبو إسحاق الحويني، محمد حسين يعقوب، مسعد أنور، مصطفى العدوي، مصطفى حسني، معز مسعود، عمرو خالد، القرضاوي، الشعراوي، نادية عمارة، سعاد صالح، محمود عاشور، أسامة القوصي، سعد الدين الهلالي، خالد الجندي، عاطف عبد الرشيد، محمود المصري، وجدي غنيم).

(٢٣) أغلبية المبحوثين يرون أن ظاهرة كثرة الفتاوى الدينية وتضاربها تؤثر دائماً في سلوك الأفراد في الأمور الحياتية بنسبة بلغت (٩ , ٤٦ بالمئة)، ثم يرون أنها أحياناً تؤثر في سلوكهم بنسبة بلغت (٣٥ بالمئة)، وأخيراً ترى نسبة (١ , ١٨ بالمئة) أن كثرة هذه الفتاوى وتضاربها لا تؤثر تماماً في سلوك الأفراد في الأمور الحياتية.

(٢٤) نسبة كبيرة من المبحوثين وصلت (٩١ بالمئة) ترى أن هناك إمكانية كبيرة (دائمة) للتغلب على ظاهرة تعدد الفتاوى الدينية وتضاربها، وأن (٩ بالمئة) من المبحوثين يرون أنه لا نستطيع التغلب على هذه الظاهرة.

(٢٥) نسبة كبيرة من المبحوثين وصلت (٩١ بالمئة) يرون أن هناك إمكانية كبيرة (دائمة) للتغلب على ظاهرة تعدد الفتاوى الدينية وتضاربها، وأن (٩ بالمئة) من المبحوثين يرون أنه لا نستطيع التغلب على هذه الظاهرة.

(٢٦) أهم الحلول العملية للتصدي لظاهرة تعدد الفتاوى الدينية وتضاربها يكمن في جميع الحلول المطروحة وهي (وجود مرجعية واحدة للإفتاء متمثلة بالأزهر الشريف ـ الاعتماد على أشخاص مؤهلين للفتوى ـ التصدي لمحاربة الفتاوى الخاطئة) بنسبة بلغت (٩ , ٦٨ بالمئة)، تليها «وجود مرجعية واحدة للإفتاء» بنسبة (٢ , ٢٤ بالمئة)، ثم «الاعتماد على أشخاص مؤهلين للإفتاء» بـ(٦ , ١٤ بالمئة)، وأخيراً «التصدي لمحاربة الفتاوى الخاطئة» (١ , ٧ بالمئة)، وأيضاً هناك قضايا أخرى تذكر وتتضمن حلولاً أخرى للتصدي لهذه الظاهرة ومنها (الاختلاف في الرد على الفتاوى وارد وهذه سنة الله في خلقه ـ عرض الرأي المرجح وعمل برامج مخصصة لعرض الآراء الفقهية ـ الرجوع إلى القرآن وأمهات الكتب ـ الرجوع إلى كتاب الله والسنَّة المحمدية ـ العرض الصادق لكل القضايا الفقهية والمختلف فيها بين الفقهاء ومعرفة الرأي المستند والمتن الصحيح وما فصل فيه رسول الله (ﷺ) وما فصل فيه جمهور الفقهاء بالإجماع ـ أن يكون المفتي له تصريح لأن يفتي الناس سواء في الواقع أو من خلال الفضائيات ـ معايير يتم وضعها لاختيار المفتي من قبل القناة) بنسبة بلغت (٢ , ٢ بالمئة).

٣ ـ أهم نتائج اختبار الفروض

أظهرت الدراسة في ما يتعلق باختبارات الفروض ما يلي:

(١) ثبتت صحة الفرض الأول القائل بوجود علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين اعتماد المبحوثين على برامج الفتاوى الدينية ودوافع هذا الاعتماد.

(٢) صحة الفرض الثاني بوجود علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين اعتماد المبحوثين على برامج الفتاوى الدينية والتأثيرات الناتجة من هذا الاعتماد.

(٣) صحة الفرض الثالث القائل بوجود علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين دوافع اعتماد الجمهور المصري على الفتاوى الدينية والتأثيرات الناتجة من هذا الاعتماد.

(٤) صحة الفرض الثالث جزئياً في وجود فروق دالّة إحصائياً بين المبحوثين واعتمادهم على برامج الفتاوى الدينية وذلك بحسب المستوى التعليمي للمبحوثين

لكنه لم تثبت صحة الرفض في حالة (النوع ـ المرحلة العمرية ـ المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

(٥) صحة الفرض الرابع نسبياً بوجود فروق دالّة إحصائياً بين المبحوثين من حيث اعتمادهم على برامج الفتاوى الدينية، وذلك حسب المستوى التعليمي لديهم، بينما لم تثبت وجود فروق دالّة إحصائياً بين اعتمادهم على تلك البرامج والمتغيرات (النوع ـ المرحلة العمرية ـ المستوى الاجتماعي والاقتصادي).

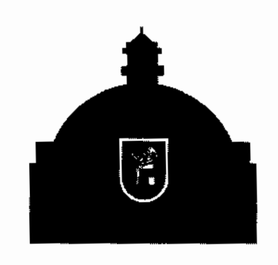
(٦) لم تثبت صحة الفرض الخامس بوجود فروق غير دالّة إحصائياً بين المبحوثين من حيث دوافع اعتمادهم على الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية وبذلك بحسب خصائصهم الديمغرافية.

(٧) ثبتت صحة الفرض السادس في وجود فروق دالّة إحصائياً بين المبحوثين من حيث التأثيرات الناتجة من اعتمادهم على الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية وذلك حسب خصائصهم الديمغرافية، المستوى التعليمي لكن لم تثبت في نوع المبحوثين.

(٨) لم تثبت صحة هذا الفرض، حيث توجد علاقة غير دالّة إحصائياً بين تعرّض المبحوثين لبرامج الفتاوى الدينية وتأثيرها في مستوى معرفتهم بالأحكام الشرعية، أي أن التعرض لا يوثر طردياً، بل ربما عكسياً، في مستوى معرفتهم بالأحكام الشرعية المقدمة في تلك البرامج.

(٩) ثبتت صحة هذا الفرض بوجود علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين تعرّض المبحوثين لبرامج الفتاوى الدينية ومشاركتهم الآخرين (الأصدقاء والمعارف والأقارب) في المعلومات الواردة في تلك البرامج، أي أنه كلما زاد التعرّض زادت المشاركة مع الآخرين في المعلومات والقضايا التي تقدمها تلك البرامج.

(١٠) ثبتت صحة الفرض التاسع بوجود علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين مستوى تديُّن المبحوثين ودوافع اعتمادهم على برامج الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية.



جامعة القاهرة
كلية الإعلام
قسم الإذاعة والتليفزيون

استمارة تحليلية لمضمون برامج الفتاوى الدينية في الفضائيات العربية

في إطار رسالة دكتوراه بعنوان
«تأثير الاعتماد على الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية على معارف وسلوكيات الجمهور المصري»

إعداد
زينب محمد حامد حسن

إشراف
الأستاذ الدكتور/ عدلي رضا
الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون

٢٠١١

أولاً: فئات التحليل من حيث الشكل

م	اسم القناة	اسم البرنامج	الحلقة وعنوانها	تاريخ اذاعة الحلقة	القالب الفني للبرنامج (شكل البرنامج)				دورية إذاعة البرنامج					
					حديث مباشر	مقابلة	ندوة	أخرى تذكر	يومي	أسبوعي	يذاع أكثر من مرة في الأسبوع			
											مرتان	٣ مرات	٤ مرات	أخرى تذكر
١ ... ١٠														

م	توقيت إذاعة البرنامج					مدة البرنامج							
	الفترة الصباحية (٦ صباحا ـ ١٢ ظهراً)	فترة الضحى والظهيرة (١٢ ظهرا ـ ما قبل ٦ مساءً)	فترة المساء من (الساعة ٦ مساءً ـ ما قبل الـ ١٢ مساءً	فترة السهرة من (١٢ مساءً ـ ما قبل الـ ٦ صباحاً)	أخرى تذكر	٥ دقائق	١٠ دقائق	١٥ دقيقة	٢٠ دقيقة	٣٠ دقيقة	٦٠ دقيقة	٩٠ دقيقة	١٢٠ دقيقة
١ ... ١٠													

م	أماكن تصوير البرنامج				تتر البرنامج					
	الإستديو	المسجد	مكان عام	أخرى تذكر	مؤثرات صوتية	أغان دينية	إنشاد ديني	بدون موسيقى	الجمع بين أكثر من شكل
١ ... ١٠									

م	المستوى اللغوي المستخدم				نوع الجمهور المتصل بالبرنامج			
	اللغة الفصحى	عامية المثقفين	عامية المتنورين	الجمع بين أكثر من مستوى لغوي	أطفال	شباب	رجال	نساء
١ ... ١٠								

م	السمات الشخصية لمقدمي البرنامج									
	اسم القناة	اسم البرنامج	النوع		يرتدي زياً عادياً	طبيعة زيه	مستوى تعليمه		
			ذكور	إناث		يرتدي زياً شرعياً	دكتوراه	ليسانس أو بكالوريوس	غير واضح
١ ... ١٠									

م	مجال تخصص مقدم البرنامج					
	ديني	علمي	ثقافي	سياسي	تاريخي	غير واضح
١ ... ١٠						

م	السمات الشخصية لضيف البرنامج										
	النوع		وظيفة الضيف في البرنامج				تخصص الضيف في البرنامج				
	ذكر	أنثى	أساتذة بجامعة الأزهر	إمام وخطيب بوزارة الأوقاف	واعظ بالأزهر الشريف	أخرى تذكر	علماء دين	أطباء	رجال تربية (علم نفس- علم اجتماع)	مؤرخون	مفكرون
١ ... ١٠											

م	لغة جسد العالم أثناء الإفتاء							
	دلالة شدة وقسوة				دلالة وسطية واعتدال			
	عابس الشفاه	يحرك ذراعية بعنف	يبدو وجهه في حالة غضب	غير واضح	شفاه باسمه	يحرك ذراعية باعتدال	يبدو وجهة في حالة هدوء	غير واضح
١ ... ١٠								

ثانياً: فئات التحليل من حيث المضمون

م	اسم البرنامج	الحلقة وعنوانها	تاريخ إذاعة الحلقة	موضوع الاتصال	مشاركة الجمهور في البرنامج			جنسية الجمهور المتصل بالبرنامج			
					طلب فتوى	استشارة أو سؤال	مداخلة أو تعليق على موضوع الحلقة	مصريون	عرب	أجانب	غير واضح
١ ... ١٠											

م	أسلوب طرح الفتوى			
	اسم القناة	عنوان الحلقة وتاريخها	مباشر على الهواء	من خلال الرسائل القصيرة والخطابات ومواقع الإنترنت
١ ... ١٠				

م	مدى التزام طالب الفتوى بالأخلاقيات أثناء طرحها				
	اسم البرنامج	عنوان الحلقة وتاريخها	ملتزم	ملتزم إلى حد ما	غير ملتزم
١ ... ١٠					

علاقة السائل بالفتوى						
م	اسم القناة	عنوان الحلقة وتاريخها	تخصه شخصياً	تخصه أحد أفراد أسرته	تخص زميل أو صديق	تخص المجتمع كله
١ ... ١٠						

ظروف طرح الفتوى							
م	اسم القناة	اسم البرنامج	تجربة شخصية	تجربة تخص المجتمع	استفسار عادى	تجربة تخص الأسرة	تجربة تخص مجتمعات خارجية
١ ... ١٠							

مجالات الفتوى المطلوبة																		
م	عنوان الحلقة	العلاقات الزوجية والمعاملات	شئون الأسرة والأبناء	الميراث الشرعي	العلاقات مع الأهل والأقارب والجيران	الإنفاق على الأبناء والأسرة	ارتكاب المعاصي وطلب التوبة	علاقات العمل بين الزملاء والرؤساء	الحساب يوم القيامة	حقائق حول الصحابة	مواقف من حياة النبي ﷺ	عمل الخير في الدنيا	زراعة الأعضاء والتبرع بها	وضع المرأة في الإسلام	المساواة بين الرجل والمرأة	الترابط بين المسلمين	ضعف أحوال المسلمين	أخرى تذكر
١ ... ١٠																		

مضمون الفتاوى المطروحة										
م	اسم القناة	اسم البرنامج	أحكام شرعية	قضايا اقتصادية	قضايا سياسية	قضايا اجتماعية	قضايا ثقافية	قضايا علمية	قضايا إعلامية	أخرى تذكر
١ ... ١٠										

مرجعية الضيف للفتوى في الرد على الفتاوى المطلوبة										
م	اسم القناة	اسم البرنامج	القرآن الكريم	السنة النبوية والأحاديث الشريفة	أقوال وأفعال الصحابة والتابعين	قصص التاريخ الإسلامي	مواقف واقعية من واقعنا المعاصر	نظريات وحقائق علمية	نتائج بحوث ودراسات علمية	أخرى تذكر
١ ... ١٠										

مداخل الإقناع في الرد على الفتوى					
م	اسم القناة	عنوان الحلقة وتاريخها	مداخل دينية عقلية وفقهية تستند إلى القران والسنة	مداخل عاطفية وروايات غير منسوبة للقران والسنة	مداخل تقوم على فتاوى سابقة لعلماء دين
١ ... ١٠					

طريقة عرض الضيف للفتوى							
م	اسم القناة	عنوان الحلقة وتاريخها	يستخدم جمل قصيرة واضحة	يستخدم جمل طويلة غير واضحة	يستخدم عبارات إنشائية ووعظية	جميع ما سبق	أخرى تذكر
١ ... ١٠							

مدى وجود قطعية واضحة في الفتوى					
م	اسم القناة	عنوان الحلقة وتاريخها	يوجد	لا يوجد	غير واضح
١ ... ١٠					

مدى اتفاق أو تعارض الفتوى مع فتاوى سابقة					
م	اسم القناة	عنوان الحلقة وتاريخها	تتفق	تتعارض	غير واضح
١ ... ١٠					

مدى منطقية المجال الذي تطرحه الفتوى					
م	اسم البرنامج	عنوان الحلقة وتاريخها	منطقية (تقوم على فهم لأمور الدين)	غير منطقية (لا تقوم على فهم أمور الدين)	لا يمكن الحكم
١ ... ١٠					

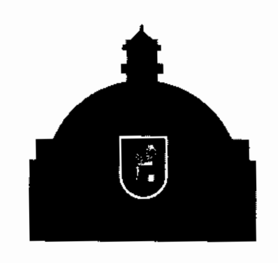
طريقة عرض الفتوى					
م	اسم القناة	اسم البرنامج	يعرض جميع الآراء الفقهية ويترك للسائل حرية الاختيار	يتحيز لرأي فقهي واحد عند عرضه للفتوى	يعرض رأيه الفقهي دون توضيح إلى أي الآراء الفقهية ينتمي
١ ... ١٠					

مدى وجود تفاعل بين المتحدث والضيف أثناء الرد على الفتوى				
م	اسم البرنامج	عنوان الحلقة وتاريخها	يوجد تفاعل	لايوجد تفاعل
١ ... ١٠				

مستوى لغة الحوار بين المتحدث والضيف						
م	اسم القناة	عنوان الحلقة وتاريخها	لغة تقوم على الاحترام المتبادل	لغة تعالى أو سخرية من الضيف نحو السائل	لغة هجوم من جانب المتحدث	لا يوجد مستوى واضح للغة الحوار
١ ... ١٠						

مدى استجابة المتحدث للفتوى التي طرحها الضيف أو مقدم البرنامج					
م	اسم البرنامج	عنوان الحلقة وتاريخها	يوجد استجابة واضحة	يوجد استجابة إلى حد ما	لا يوجد استجابة
١ ... ١٠					

يجيب الضيف فى البرنامج					
م	اسم القناة	اسم البرنامج	عن جميع الأسئلة المقدمة في الحلقة	عن بعضها ويحيل بعضها للجهات المختصة	غير واضح
١ ... ١٠					



جامعة القاهرة
كلية الإعلام
قسم الإذاعة والتليفزيون

استمارة استبانة

في إطار رسالة دكتوراه بعنوان
«تأثير الاعتماد على الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية على معارف وسلوكيات الجمهور المصري»

إعداد
زينب محمد حامد حسن

إشراف
الأستاذ الدكتور/ عدلي رضا
الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون

شباط/ فبراير ٢٠١٢

بيانات هذه الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي

١ ـ هل تشاهد البرامج الدينية الإسلامية المذاعة على القنوات الفضائية العربية؟

(١) نعم (انتقل الى سؤال رقم ٥)

(٢) أحياناً

(٣) لا (أنهى معه المقابلة)

٢ ـ ما أهم القنوات الفضائية العربية التي تحرص على مشاهدة البرامج الدينية من خلالها؟ (أرجو تحديد أهم ٣ قنوات).

(١) الفضائية المصرية

(٢) الناس

(٣) الرسالة

(٤) دريم ١

(٥) دريم ٢

(٦) الجزيرة

(٧) الحياة

(٨) المحور

(٩) اقرأ

(١٠) المجد

(١١) MBC1

(١٢) أخرى تذكر.

٣ ـ ما عدد الأيام التي تتعرض فيها لهذه القنوات؟

(١) يوم واحد

(٢) يومان

(٣) ثلاثة

(٤) أكثر من ثلاثة أيام

(٥) حسب الظروف

٤ ـ ما عدد الساعات التي تقضيها في متابعة القنوات الفضائية العربية؟

(١) أقل من ساعة

(٢) من ساعة لأقل من ٣ ساعات

(٣) ثلاث ساعات فأكثر.

٥ ـ لماذا تشاهد البرامج الدينية المذاعة على القنوات الفضائية العربية؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل).

(١) الجرأة في تناول الموضوعات الدينية.

(٢) تقدم فتاوى معاصرة مفيدة لي.

(٣) تقدم آراء فقهية معتدلة تفيدني في حياتي.

(٤) الأسلوب الجذاب والمشوق للمتحدثين في البرامج.

(٥) تتناول القضايا الإسلامية بأسلوب غير متشدد.

(٦) تساعدني على فهم أمور ديني.

(٧) مصداقية ما تقدمه والثقة في آراء من يقومون بالإفتاء بها.

(٨) أخرى تذكر.........

٦ ـ ما المصادر التي تعتمد عليها في الحصول على معلوماتك الدينية؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل).

(١) إذاعة القرآن الكريم.

(٢) برامج الفتاوى الدينية في الفضائيات العربية.

(٢) مواقع إنترنت الإسلامية.

(٣) الندوات الدينية.

(٤) الكتب الدينية.

(٥) مواقع الشيوخ والعلماء على الإنترنت أو حساباتهم الشخصية على الفيس بوك.

(٦) القنوات الدينية المتخصصة.

(٧) الصفحات الدينية في الصحف والمجلات.

(٨) المؤسسات الدينية الرسمية (كدار الإفتاء ـ لجنة الإفتاء التابعة لمجمع البحوث الإسلامية، لجنة الإفتاء التابعة للأزهر الشريف).

(٩) مصادر أخرى تذكر.

٧ ـ هل تشاهد برامج الفتاوى الدينية المقدمة على شاشات القنوات الفضائية؟

(١) نعم (انتقل إلى س٨)

(٢) لا (انتقل إلى س٩)

٨ ـ لماذا تحرص على مشاهدة برامج الفتاوى الدينية؟

(١) لمعرفة آراء الأئمة والفقهاء حول القضايا الحياتية المعاصرة.

(٢) لمعرفة حكم شرعي حول مسألة ما تحيرني.

(٣) لاستغلال وقتي في مشاهدة برامج مفيدة.

(٤) لتنمية وزيادة معلوماتي الدينية حول القضايا الاجتماعية.

(٥) للاستفادة من تجارب الآخرين والمواقف الحياتية التي يتعرضون لها.

(٦) لأنها تتوافق مع اهتماماتي ومعتقداتي.

(٧) لأنها تتناول جميع الموضوعات بحرية وعمق.

(٨) لأنها تنفرد بعرض قضايا معاصرة هامة لا يتم مناقشتها في برامج دينية أخرى.

(٩) لطلب استشارة نفسية أو اجتماعية أو صحية من ضيف البرنامج.

(١٠) لصعوبة التواصل مع المؤسسات الدينية الرسمية للحصول على فتوى مثل دار الإفتاء المصرية.

(١١) لموضوعيتها عند تناول القضايا الخلافية بعرض كافة الآراء والاتجاهات.

(١٢) سهولة الاتصال التليفوني بهذه البرامج للإجابة على تساؤلاتي.

(١٣) لأننى أثق في القنوات التي تقدم برامج الإفتاء وبالتالي أتابعها.

(١٤) أخرى تذكر..........

٩ ـ لماذا لا تشاهد برامج الفتاوى الدينية المقدمة على شاشات القنوات الفضائية؟

(١) ليس لدي وقت.

(٢) عدم توافر المصداقية.

(٣) تتناول الموضوعات والفتاوى بتشدد .

(٤) لدى اهتمامات أخرى.

(٥) تفتقر إلى التشويق.

(٦) تتناول قضايا تقليدية مكررة وتتجاهل القضايا المعاصرة.

(٧) كثرة الفتاوى وتناقضها.

(٨) لا يقدمها متخصصون أو محترفون.

(٩) أخرى تذكر ....

١٠ ـ كم عدد برامج الفتاوى الدينية الإسلامية التي تشاهدها أسبوعياً؟

(١) برنامج ( )

(٢) برنامجان ( )

(٣) أكثر من برنامجين ( )

١١ ـ ما درجة اعتمادك على برامج الفتاوى الدينية الإسلامية المذاعة على الفضائيات العربية في اكتساب معلومات دينية؟

(١) اعتمد عليها بدرجة كبيرة.

(٢) اعتمد عليها بدرجة متوسطة.

(٣) اعتمادي عليها محدود.

(٤) لا اعتمد عليها تماماً.

١٢ ـ ما أهم برامج الفتاوى الدينية التي تفضل مشاهدتها بالقنوات الفضائية العربية؟ (برجاء اختيار أهم ٣ برامج).

(١) الشريعة والحياة (الجزيرة).

(٢) يستفتونك (الرسالة).

(٣) الحياة كلمة (MBC1).

(٤) المسلمون يتساءلون (المحور).

(٥) الدين والحياة (الحياة ١).

(٦) الموعظة الحسنة (دريم ٢).

(٧) برنامج جنتي (اقرأ).

(٨) برنامج مجالس الطيبين (الفضائية المصرية).

(٩) برنامج الجواب الكافي (المجد الفضائية).

(١٠) برنامج فتاوى الناس (الناس).

(١١) قلوب عامرة (الحياة ٢).

(١٢) أخرى تذكر..........

١٣ـ فيما يلي مجموعة من الأسباب التي قد تجعل بعض الناس تشاهد برامج الفتاوى الدينية. من وجهة نظركم الشخصية إلى أي حد ترى هذه البرامج تتوافر فيها الصفات التالية:

العبارات	إلى أي حد تلاحظون أنها تنطبق على برامج الفتاوى الدينية التي تشاهدها أنت				
	تتوافر فيه بدرجة كبيرة	تتوافر فيه بدرجة متوسطة	تتوافر فيه بدرجة ضعيفة	يصعب التحديد	لا تتوافر
(١) استضافتها لعلماء دين ودعاة متخصصين في العلوم الفقهية والشرعية.					
(٢) تناولها لقضايا الساعة سواء المصرية أو العربية.					
(٣) عرضها لجميع الآراء الفقهية دون تحيز لرأي فقهي معين.					
(٤) السلاسة والوضوح في شرحها للفتاوى للمتصلين.					
(٥) مشاركات الجمهور ومداخلاته في تلك البرامج عن طريق (التليفون ـ الفاكس ـ sms ـ البريد الإلكتروني ـ الفيس بوك ـ التويتر).					
(٦) تساهم في حل المشكلات التي تواجهني حيث تتسم الفتاوى بالآنية والحالية.					
(٧) لها مواعيد ثابتة ومواعيد إعادة يمكن لي الرجوع إليها.					
(٨) مصدر موثوق فيه لمعرفة معلومات دينية مرتبطة بحياتي.					
(٩) لتعدد موضوعاتها المقدمة فتشمل (العقائد ـ العبادات ـ المعاملات ـ الفقه الإسلامي ـ التراجم والسير ـ التاريخ الإسلامي ـ بالإضافة للقضايا الاجتماعية والنفسية).					
(١٠) لأنها مصدر سهل للوصول لحكم شرعي في قضية ما تواجهني بعكس المصادر الأخرى الرسمية التي يصعب الوصول إليها.					
(١١) لابتعاد الدعاة والشيوخ فيها عن الآراء المتحيزة للسلطة وللدولة.					

١٤ـ هل تتناقش مع الآخرين في الفتاوى الدينية التي يتم بثها في تلك البرامج؟

(١) دائماً.

(٢) أحياناً.

(٣) لا.

١٥ـ هل ساعدتك تلك البرامج بمعلومات ومعارف دينية يمكنك استعمالها في حياتك اليومية؟

(١) نعم

(٢) أحياناً

(٣) لا

١٦ـ هل غيرت تلك البرامج من اتجاهاتك نحو قضايا معينة؟

(١) نعم

(٢) أحياناً

(٣) لا

١٧ـ ما درجة ثقتك في القنوات الفضائية العربية التي تقدم الفتاوى الدينية التي تراها صحيحة؟

درجة الثقة / القنوات الفضائية	كبيرة	متوسطة	منخفضة	يصعب التحديد
الحياة ١				
دريم ٢				
المحور				
الرسالة				
اقرأ				
المجد				

١٨ ـ إليك بعض التأثيرات التي قد تحدث نتيجة اعتمادك على الفتاوى الدينية المقدمة عبر الفضائيات العربية إلى أي حد تنطبق عليك أنت شخصيا هذه التأثيرات.

التأثيرات	مدى انطباقها عليك أنت شخصياً				
	تنطبق بدرجة كبيرة	تنطبق بدرجة متوسطة	تنطبق بدرجة ضعيفة	يصعب التحديد	لا تنطبق
(١) تعلمت منها احترام الاختلاف واحترام الآراء المخالفة لي.					
(٢) تزودني بالكثير من المعلومات حول الأحكام الشرعية.					
(٣) تعرفني على قضايا دينية واقعية.					
(٤) تحفزني لقراءة المزيد عن الفتاوى الدينية والأسانيد الشرعية.					
(٥) تزود من معلوماتي الفقهية التي تساعدني في مناقشاتي مع الآخرين.					
(٦) تزيد من مشاعري الإيجابية نحو قضايا مجتمعي.					
(٧) تغير من مشاعري السلبية نحو بعض مشاكل الحياة التي تواجهني.					
(٨) أزالت عندي الحيرة عندما أتعرض لأزمة أو موقف سيئ من الآخرين.					
(٩) تكسبني روح وسطية الإسلام في آرائي الشخصية.					
(١٠) تثير لدي شعور الاهتمام بالمعلومات الدينية والشرعية المقدمة.					
(١١) غيرت من سلوكياتي السلبية نحو أسرتي وأصدقائي والمجتمع.					
(١٢) جعلتني أنتظم في عباداتي (صلاة ـ صيام ـ زكاة ـ حج).					
(١٣) أكسبتني الثقة من خلال اتصالاتي التليفونية بأني عضو فعال في المجتمع.					
(١٤) أصبحت من خلالها أكثر قدرة على اتخاذ قرارات صائبة في حياتي.					
(١٥) حسنت من علاقاتي مع زملائي ورؤسائي في العمل					

١٩ ـ سأذكر لك بعض القضايا الدينية التي عالجتها القنوات الفضائية التي تقدم الفتاوى الدينية وأرجو أن تحدد لي مدى متابعتك لمثل هذه القضايا.

القضايا	مدى المتابعة				
	كبيرة	متوسطة	ضعيفة	يصعب التحديد	غير متابع تماما
(١) الطلاق					
(٢) الزواج الثاني					
(٣) الخلافات الزوجية (الخيانة ـ الضرب)					
(٤) الإنفاق على الأولاد					
(٥) عقوق الوالدين					
(٦) تفرقة الوالدين فى معاملة الأبناء (الحب ـ الميراث)					
(٧) قانون الاستضافة (حق الرؤية)					
(٨) قضايا المصاهرة (أهل الزوج والزوجة)					
(٩) حقوق الجار					
(١٠) الميراث الشرعي					

٢٠ ـ في ما يلي مجموعة من الأحكام الدينية الواردة ببرامج الفتاوى الدينية التليفزيونية عينة الدراسة ، أذكر لي مدى علمك بها:

العبارة / مدى المعرفة	أعلم تماما	أعلم إلى حد ما	لا أعلم
(١) يقع الطلاق بلفظ واضح صريح من الزوج ولو كرره ٣ مرات تصبح طلقة واحدة.			
(٢) يقع الطلاق حتى ولو قال الزوج لفظ الطلاق وهو عصبي ومنفعل.			
(٣) إذا خان الزوج زوجته عليه بإصلاح نفسه وعليه غرس الثقة في نفس زوجته.			

يتبع

تابع

(٤) لا يجوز شرعاً ضرب الزوج زوجته.			
(٥) إذا تزوج الرجل زوجة ثانية عليه أن يعدل بينهما في كل شيء.			
(٦) يجوز تعدد الزوجات إذا كانت هناك ضرورة اجتماعية حياتية لذلك.			
(٧) لا يجوز للمرأة المطلقة منع طليقها من رؤية أبناءهم (والعكس صحيح).			
(٨) الرجل ملزم بالإنفاق على أولاده سواء كان زوجا لوالدتهم أو طليقها.			
(٩) الإنفاق على الوالدين يتقدم على الإنفاق على الزوجة والأبناء.			
(١٠) بر الأب والأم هو السفينة لدخول الأبناء الجنة.			
(١١) لا يجوز شرعاً للأب أو الأم التفرقة بين الأبناء في (المشاعر أو الأموال والمواريث).			
(١٢) يجوز للأب أو الأم تخصيص بعض الأموال (للابن المعاق ـ الابنة التي لم تتزوج ـ الابن الذي لم يكمل تعليمه) في حدود ثلث الميراث.			
(١٣) لا يجوز شرعاً نقل كلام غير طيب من أهل الزوج للزوجة أو العكس وذلك منعا للمشاكل الأسرية.			
(١٤) يجوز شرعاً كذب الزوج على زوجته والعكس وذلك في حالة الإصلاح بين المتخاصمين من أهل الزوج أو الزوجة.			
(١٥) موافقة الزوج شرطاً لجواز عمل المرأة.			
(١٦) لا يحق للزوج أن يأخذ من مال زوجته التي تعمل للإنفاق على منزل الزوجية.			
(١٧) لا يجوز شرعاً عقوق الأبناء للآباء.			
(١٨) لا يصح للزوجة صوم التطوع إلا بإذن زوجها.			
(١٩) العلاقات بين الشباب والشابات عبر الهاتف محرمة شرعاً.			
(٢٠) يحق للمرأة فسخ الخطبة إذا كان خطيبها يعاني مشكلات جنسية.			

٢١ـ سأذكر بعض العبارات المتعلقة باكتساب السلوكيات السليمة للإنسان المسلم من خلال الفضائيات، أرجو أن تحدد درجة موافقتك عليها.

العبارات	موافق	محايد	معارض
(١) استفدت من الفتاوى الدينية في تعديل سلوكي السلبي إلى سلوك إيجابي.			
(٢) تعلمت أمور ديني من خلال بعض الفتاوى الدينية.			
(٣) تحسنت علاقاتي مع أسرتي من خلال ما تعلمته من الفتاوى الدينية.			
(٤) زادت علاقاتي الطيبة مع جيراني من خلال متابعتي للفتاوى الدينية التليفزيونية.			
(٥) الفتاوى الدينية أبعدتني عن كل ماهو حرام.			
(٦) الفتاوى الدينية ساعدتني على فهم المعاملات المالية في الإسلام.			
(٧) الفتاوى الدينية قد تشتت عقلي بسبب اختلافها وتضاربها.			
(٨) تعلمت من الفتاوى الدينية احترام زوجتي والمرأة بوجه عام.			
(٩) بعض الفتاوى الدينية تساهم في دعم سلوكيات تتعارض مع مبادئ الدين نتيجة للفهم الخاطئ.			
(١٠) لا أشعر بمشاكل حياتية يومية حيث تقوم الفتاوى الدينية بحلها لي.			
(١١) الفتاوى الدينية علمتني حقوق الوالدين.			
(١٢) الفتاوى الدينية ساعدتني على أن أكون مثالياً في كل شيء.			
(١٣) أشعر بانتمائي وحبي لديني من خلال ما تعلمته من الفتاوى الدينية.			

٢٢ـ استفدت من فتاوى البرامج الدينية في تعديل سلوكك من جوانب سلبية إلى جوانب إيجابية؟

(١) نعم

(٢) أحياناً

(٣) لا

٢٣ـ هل قمت بشرح ما تعلمته من الفتوى التي استفدت منها في سلوكك لأفراد أسرتك أو أصدقائك أو معارفك؟

(١) نعم

(٢) أحياناً

(٣) لا

٢٤ـ هل نحن في حاجة إلى مزيد من الفتاوى الدينية لدعم فهم الإنسان المسلم لدينه؟

(١) نعم

(٢) إلى حد ما

(٣) لا

٢٥ـ ما أكثر الجوانب التى تحتاج إلى دعم سلوك الإنسان المسلم من خلال الفتاوى الدينية (يمكنك اختيار أكثر من بديل)؟

(١) جوانب الحلال والحرام

(٢) حقوق الأسرة

(٣) حقوق المرأة في الإسلام

(٤) حقوق الميراث في الإسلام

(٥) ربط الدين بقضايا الحياة اليومية

(٦) احترام حقوق الإنسان في الإسلام

(٧) المساواة بين الرجل والمرأة

(٨) حقوق الجار

(٩) المعاملات الإسلامية

(١٠) جميع أركان الإسلام.

(١١) أخرى تذكر ....

٢٦ـ هل يمكن للفتاوى الدينية أن تساهم في تغيير سلوك الإنسان المسلم للأفضل؟

(١) نعم

(٢) إلى حد ما

(٣) لا

٢٧ـ ما أكثر الشخصيات الإسلامية التي تحترم رأيها في الفتاوى الدينية؟

(١) الشيخ فرحات المنجي

(٢) الأستاذ الدكتور أحمد عمر هاشم

(٣) الأستاذ الدكتور مبروك عطية

(٤) الشيخ أشرف الفيل

(٥) الشيخ رمضان عبد المعز

(٦) الأستاذة عبلة الكحلاوي

(٧) الأستاذ الدكتور محمد وهدان

(٨) أخرى تذكر.......................

٢٨ ـ هل ترى أن كثرة الفتاوى الدينية وتضاربها يؤثر في سلوكك في الأمور الحياتية؟

(١) نعم

(٢) إلى حد ما

(٣) لا

٢٩ ـ هل يمكن التغلب على ظاهرة تعدد الفتاوى الدينية وتضاربها؟

(١) نعم

(٢) لا

٣٠ ـ ما هى الوسائل التى يمكن من خلالها التغلب على ظاهرة تعدد الفتاوى وتضاربها؟

(١) الإعتماد على أشخاص مؤهلين للفتوى.

(٢) وجود مرجعية واحدة للإفتاء من خلال الأزهر الشريف.

(٣) التصدى لمحاربة الفتاوى الخاطئة.

(٤) جميع ما سبق.

(٥) أخرى تذكر ....

البيانات الشخصية

(١) النوع:

١ ـ ذكر ( ) ٢ ـ أنثى ( )

(٢) السن:

١ ـ أقل من ٢٠ سنة ( )

٢ ـ من ٢٠ ـ ٣٠ سنة ( )

٣ ـ من ٣٠ ـ ٤٠ سنة ( )

٤ ـ من ٤٠ ـ ٥٠ سنه ( )

٥ ـ ٥٠ فأكثر ( )

(٣) المهنة:

١ ـ يعمل ( )

٢ ـ لا يعمل ( )

(٤) المستوى التعليمي:

١ ـ أقل من متوسط ( )

٢ ـ متوسط ( )

٣ ـ فوق المتوسط ( )

٤ ـ جامعى ( )

٥ ـ دراسات عليا ( )

(٦) الدخل الشهري:

١ ـ أقل من ألف جنيه ( )

٢ ـ من ١٠٠٠ ـ ٢٠٠٠ ( )

٣ ـ من ٢٠٠٠ ـ ٣٠٠٠ ( )

٤ ـ من ٣٠٠٠ ـ ٥٠٠٠ ( )

٥ ـ من ٥٠٠٠ ـ ١٠٠٠٠ ( )

(٧) الحالة الاجتماعية:

١ ـ متزوج ( )

٢ ـ مطلق ( )

٣ ـ أرمل ( )

٤ ـ أعزب ( )

٥ ـ مخلوع ( )

(٨) المحافظة التي تقطن فيها:

١ ـ القاهرة

٢ ـ الجيزة

٣ ـ القليوبية

(٩) نوع السكن:

١ ـ إيجار قديم ( )

٢ ـ إيجار جديد (٢)

٣ ـ تمليك ( )

(١٠) هل تمتلك أنت أو أسرتك أياً من الآتي:

١ ـ عمارة/ فيلا ( )

٢ ـ شقة تمليك ( )

٣ ـ سيارة (نوعها وموديلها) ( )

٤ ـ جهاز تكييف (اذكر العدد) ( )

٥ ـ لاب توب (اذكر العدد) ( )

٦ ـ دش (كم عددها) ( )

٧ ـ تليفزيون بلازما أو (إل سي دي) أو (إل تي دي) ( )

٨ ـ هاتف محمول ( )

٩ ـ فيزا كارد (عددها ١ أو ٢) ( )

(١١) هل تنتمي لعضوية أي نادي رياضي؟

١ ـ نعم ( ) أرجو ذكره ( )

٢ ـ لا ( )

(١٢) هل سبق لك السفر للخارج؟

١ ـ نعم ( )

٢ ـ لا ( )

(١٣) ما الدول التي سبق لك السفر إليها؟

١ ـ دول عربية ( )

٢ ـ دول أجنبية ( )

(١٤) ما أسباب السفر؟

١ ـ العمل (١)

٢ ـ السياحة (١)

٣ ـ العلاج (١)

٤ ـ الدراسة (١)

٥ ـ الحج و العمرة (١)

(١٥) حدد مدى التزامك أو عدم التزامك بالممارسات التالية:

الممارسات	إلى أي مدى تلتزم بها شخصياً؟				
	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة ضعيفة	يصعب التحديد	لا ألتزم تماماً
(١) أحافظ على أداء الصلوات الخمس يومياً في أوقاتها.					
(٢) أحفظ ما لا يقل عن خمسة أجزاء من القرآن.					
(٣) أحافظ على صوم يومي الاثنين والخميس.					
(٤) سافرت لأداء عمرة أو حج مرة في حياتي.					
(٥) ألزم أفراد أسرتي من النساء بارتداء الحجاب.					
(٦) أنصح من حولي دائماً بضرورة التقرب إلى الله في القول وفي العمل.					
(٧) أساعد غيري من الأصدقاء والأقارب في جميع مناسباتهم الحزينة قبل السعيدة.					
(٨) أصل رحمي حتى مع من قطعني.					
(٩) أبدأ بالسلام على من خاصمني.					
(١٠) أتقي الله في معاملاتي وفي عملي.					
(١١) أتحرى الحلال والحرام في كل ما أقوم به في حياتي.					

الفصل العاشر

الإعلام وتشكيل الإحساس بالخطر الجمعي أزمات المجتمع المصري نموذجاً(*)

الأميرة سماح فرج عبد الفتاح(**)

- ١ -

تعيش مصر سلسلة لا تتوقف من الأزمات، تمسّ كلّ جوانب الحياة فيها؛ حيث يرزح المواطن تحت تأثير ضغوط وتأثيرات سلبية للعديد من الأزمات، تعوق انطلاقه، وتحدّ من فرص نموّه وتقدمه، وتشعره من جانب آخر ـ أكثر أهمية وخطورة ـ بأنه غريب في وطنه، مفتقد أبسط درجات العدالة الاجتماعية. يعيش المصريون أزمات حين تمطر السماء فتنهار بيوتهم ولا يجدون المأوى، ويعيشون أزمات حين تنتشر بعض الأمراض وتعجز الدولة عن التعامل معها كما حدث أيام إنفلونزا الطيور ومن بعدها إنفلونزا الخنازير، وأخيراً الحمّى القلاعية!

ويعيش المصريون أزمة مستمرة يومياً تتمثل في الغلاء الفادح للسلع، الذي وصل إلى حد أن أصبح المواطن الميسور الحال غير قادر على شرائها. ويعيش المصريون أزمة مستمرة في العشوائيات والبيوت المنهارة على رؤوسهم، ومياه الصرف الصحي

(*) نشرت هذه الدراسة، في: **المستقبل العربي**، السنة ٣٥، العدد ٤٠٥ (تشرين الثاني/ نوفمبر ٢٠١٢)، ص ٤٩ ـ ٦٧. وهي في الأصل خلاصة الكتاب الذي صدر عن مركز دراسات الوحدة العربية تحت العنوان نفسه عام ٢٠١٢.

(**) أستاذ في جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الراديو والتلفزيون.

المختلطة بمياه الصرف الزراعي، وتروي بالخليط زراعات الخضر والفاكهة ليأكلها الناس، ويعيش المصريون أزمة الفساد الذي طال كل مجالات الحياة، وأُهدرت نتيجة له موارد الوطن وثرواته.

ويبدو أن ارتباط حياة المصريين بوجود أزمات مستمرة قد أدى إلى بدء الانقلاب على المألوف والسائد؛ ففي مرحلة الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي كان الحصول على أيٍّ من السلع الاستهلاكية العادية من المجمعات الاستهلاكية يُعَدُّ إنجازاً، وبعد سنوات من مرحلة الانفتاح الاقتصادي والتبشير بالوفرة مع اقتصاد السوق الحر، عادت الطوابير مرة أخرى، وللسلع الأساسية نفسها، بل والأسوأ ما هو أهم وأبسط من ذلك: رغيف الخبز.

ويشعر المواطن بعجز الإدارة الحكومية خلال حياته اليومية؛ فمرور موكب مسؤول كبير يعني تعطيل المرور ومصالح الناس، وتنظيم مباراة للكرة في كأس الأمم الأفريقية يتطلب إخلاء المعرض الدولي للكتاب من الروّاد في يوم المباراة نفسه، بما يشير إلى ضعف إمكانية إدارة حدثين متجاورين جغرافياً في وقت واحد.

إن الواقع يشهد أن كل تلك الأزمات التي يعيشها المصريون ويعانون سلبياتها قد ألهت المواطن عن العديد من القضايا الهامة في المجتمع من جهة، وهي من جهة أخرى قد جعلته أقل أماناً، وأقل إحساساً بالاستقرار في مجتمعه. والنتيجة التي توصلت إليها الدراسة التي بين أيدينا في هذا الشأن بعد مجمل التساؤلات التي طرحتها، تبدو صادمة للبعض، وهي مؤلمة ومخيفة للأكثرية.

والواقع أنه ليس هناك في مصر من لا يتكلم عن «الأزمة» أو «المحنة»؛ فسواء كان الموضوع هو الاقتصاد أو المجتمع أو السياسة أو الثقافة، فما أسرع أن تتردد عبارات مثل محنة الاقتصاد المصري، أو تدهور الأخلاق والقيم، أو مأزق السياسة في مصر أو انحطاط الثقافة المصرية... إلخ.

ويشكو الاقتصاديون المصريون من اختلال الهيكل الإنتاجي لصالح القطاعات غير الإنتاجية، ومن اختلال هيكل العمالة لصالح القطاعات نفسها، ومن الاختلال المستديم في ميزان المدفوعات، وشدة الاعتماد على استيراد الغذاء، ومن اختلال توزيع الدخل، واتساع الفجوة بين مستويات الدخول، وانخفاض معدل الادخار والاستثمار، ومن أنماط الاستهلاك وأنماط الاستثمار؛ فالاستهلاك منصرف إلى سلع ترفيهية على حساب إشباع الحاجات الأساسية، والاستثمار منصرف إلى قطاعات يعتبرها الاقتصاديون غير منتجة.

وعلماء الاجتماع يشكون من شيوع ما يسمّى بالفساد أو التسيّب وعدم الانضباط، ومن ازدياد حوادث العنف، وظهور أنواع جديدة من الجرائم، ومن تفكك الأسرة، ومن انتشار قيم مادية تُعلي من قيمة الكسب السريع على حساب العمل المنتج، ومن ضعف روح التعاون والتضامن الاجتماعي، ومن تدهور نمط الحياة في المدينة، والقرية تتحول من قرية منتجة إلى قرية مستهلكة؛ فالمباني السكنية تزحف على الأرض الزراعية، والأراضي الزراعية يجرى تجريفها وتفقد خصوبتها لإشباع حاجات استهلاكية بحتة، كما يشكون من ازدياد تغريب الحياة الاجتماعية، سواء انعكس ذلك السلوك على الحياة اليومية، أو في اللغة المتداولة، ومن انتشار تقديس كل ما هو أجنبي، وتحقير كل ما هو وطني[1].

ويشكو المعلّقون السياسيون من ضعف روح الولاء والانتماء إلى الوطن وانتشار اللامبالاة بالقضايا القومية الكبرى، وانشغال الناس عنها بقضايا معيشية يومية، ومن غياب ما يسمّونه بالمشروع الحضاري أو القومي، ومن التخاذل نحو اعتداءات إسرائيل المتزايدة، وضعف الاهتمام بالوحدة العربية، ومن ازدياد التبعية السياسية للغرب، ومن زيف الديمقراطية، وعجز المعارضة عن المشاركة في اتخاذ القرارات الأساسية.

وأخيراً، يشكو المهتمون بقضية الثقافة في مصر من شيوع ثقافة هابطة تهتم بالجنس وتستجيب للغرائز الدنيا، ومن شيوع اللاعقلانية في التفكير الديني، واتجاه الحركات الدينية إلى التمسك المفرط بطقوس وخزعبلات كانت بريئة منها في العشرينيات والثلاثينيات، ومن تدهور اللغة العربية، ومن تدهور محتوى التعليم، وانحطاط حال الجامعة... إلخ.

ـ ٢ ـ

وفي هذا السياق، وسواء كانت الأزمة سياسية أو اقتصادية أو بيئية، وسواء كانت صغيرة أو متوسطة أو كبيرة، غالباً ما تُتّهم وسائل الإعلام بأنها ركن من أركان سياسات الدولة المصرية؛ حيث تتبنى مجموعة من السياسات ذات طابع مظهري، سرعان ما يتم امتصاصها وتراجع مستوى اهتمام الرأي العام بها، على الرغم من استمرار معاناة الكثيرين، وهو ما يطلق عليه بعض الباحثين «مخاطبة الرأي العام وتخديره إعلامياً».

---

(١) جلال أمين، ماذا حدث للمصريين؟: تطور المجتمع المصري في نصف القرن، ١٩٤٥ ـ ١٩٩٥ (القاهرة: دار الشروق، ٢٠٠٩)، ص ١ ـ ١١.

وتشير التطورات على صعيد حال الإعلام في مصر إلى أن الإعلام المصري بكل أطيافه أصبح بوق دعاية، مع غياب دوره في إدارة الأزمات بحيادية، فضلاً عن غياب الرؤية الموضوعية والدراسة، وعدم وجود معايير واضحة للإعلاميين، ممّا يوقعهم في شرك أن يصبحوا إمّا مع أو ضدّ.

وتشير الدراسات إلى أن الوضع لدينا في مصر مختلف عن غيره من المجتمعات التي قد تلعب فيها وسائل الإعلام دوراً رئيسياً في إثارة مشاعر الخوف والقلق وعدم الأمان؛ فالواقع السلبي هو الذي يخلق السخط حتى في ظل تغطية وسائل الإعلام الحكومية للإيجابيات، كما أن أفراد الجمهور ينصرفون عنها إلى وسائل الإعلام المعارضة، والقنوات الفضائية الخارجية ليحصلوا على معلومات ذات مصداقية.

وتشير هذه الدراسات إلى أن الاعتماد على وسائل الإعلام القومية لا يؤدي إلى السخط السياسي، سواء كانت تلك الوسائل صحفاً قومية، أو قنوات تليفزيونية محلية، وذلك على عكس الاعتماد على وسائل الإعلام المعارضة مثل: الصحف المعارضة، أو الاعتماد على وسائل إعلام خارجية مثل القنوات الفضائية غير المصرية. ويمكن أن نفسّر ذلك ـ بالإضافة إلى مضمون تلك الوسائل ـ في ضوء دوامة السخط، فغير الساخطين يختارون وسائل تتماشى واتجاهاتها، وتتسق معها حتى تدعم موقفهم، بينما الساخطون يختارون وسائل تقدم مضامين تغذّي سخطهم وتزيده[٢].

على أن لوسائل الإعلام أحياناً تأثيرات سلبية في الثقة السياسية، تتبلور جرّاء تركيزها على عرض الأخبار السلبية، وزيادة جرعة النقد السياسي تجاه الحكومة، وذلك بدون الاهتمام بإيجاد نوع من التوازن في عرض إنجازات الحكومة في المجالات المختلفة، أو استجابتها لمطالب المواطنين، أو حتى تفاعلها في حل بعض المشاكل، التي تؤثر بالسلب في الثقة السياسية؛ حيث تتأرجح نسب الشك السياسي وفق الصور السياسية السلبية التي تعكسها هذه الوسائل بشأن أداء الحكومات[٣]؛ حيث ينظر المواطن إلى وسائل الإعلام والنظام السياسي كأنهما وحدة واحدة، فإذا فقد الثقة في

---

(٢) شيماء ذو الفقار، «الاعتماد على التلفزيون في معرفة أخبار الكوارث وعلاقته بمستوى السخط السياسي: دراسة حالة على غرق العبّارة السلام ٩٨،» **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، السنة ٧، العدد ٢ (٢٠٠٦)، ص ٥٦٧ ـ ٥٨٠.

(٣) Marc J. Helterington, «Negative News, Negative Consequences: One Reason American Hate Politics,» (Unpublished PhD Dissertation, University of Texas, United States, 1997), p. 12.

أحدهما، انسحب ذلك على الآخر، وإذا شعر بأن أيّاً منهما يستجيب له امتدت ثقته نحو الآخر، وكأنهما يشكلان جبهة واحدة[٤].

وتبدو المخاطر والأزمات من المصطلحات والمفاهيم الشائعة لدى الباحثين في المجالات المختلفة، ومنها دراسات الإعلام، فلا نكاد نستوعب خطراً ما أو أزمة ما تحدق بأفراد المجتمع، حتى تفاجئنا وتطالعنا وسائل الإعلام المختلفة بخطر جديد، أو أزمة طارئة أو متنامية، أي أننا ـ بمعنى آخر ـ لا نتناول شيئاً جديداً يمكننا حصره، أو تتبعه عبر الفترات الزمنية المتعاقبة.

وتجدر الإشارة إلى أن بعض هذه الأزمات قد استوجب في بعض الأحيان فرض قوانين، أو إصدار تشريعات أو غيرها، مصحوبة بضجة وتغطية إعلامية مكثفة لكل ما، أو من يمكن أن يدق ناقوس الخطر أو الخوف من ظاهرة أو سلوك، يتهدد أفراد المجتمع.

ويبرز في هذا الصدد مفهوم «مجتمع المخاطر» (Risk Society) بقوة بدءاً من تسعينيات القرن الماضي، بعد التعرف إلى أعمال أولريش بك السوسيولوجية، في حين تعود جذور مصطلح التهديدات المجتمعية لما هو أبعد من ذلك بكثير (في سبعينيات القرن الماضي).

ومنذ عام ١٩٩٢ عقد عدد كبير من المؤتمرات والندوات حول الموضوع، كما أبدت بعض مراكز البحوث في عدد من دول العالم الغربي اهتماماً بهذا المنحى من الدراسات، وأُنشئت المجلات والدوريات العلمية المتخصصة، ما أدى إلى سرعة انتشار المصطلح والمفهوم على نطاق واسع.

ـ ٣ ـ

وتتعدد الأسباب التي تفرض علينا الاعتراف بوجود تغيير ذي دلالة في طبيعة الدراسات المهتمة بالعلاقة بين الإعلام والأزمات، ومنها ـ على سبيل المثال لا الحصر ـ ما يلي:

ـ السرعة المتناهية والتزايد الواضح في كم وكيف التهديدات والمخاطر المجتمعية التي تواجه مجتمعاتنا المعاصرة؛ فلا تكاد تنتهي أزمة حتى تظهر غيرها أو تتداخل

---

(٤) بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٨)، ص ٤٣٥.

معها، فلا نكاد ننتهي من إحدى الأزمات الخطيرة كجرائم قتل الأطفال والتحرّش بهم جنسياً، حتى نصل إلى تلك ذات الصلة بقضايا ضرب التلاميذ في المدارس، ولا نكاد نبدأ بالخوف من الإصابة بمرض الإيدز مثلاً، حتى يصيبنا الرعب جرّاء انتشار وتنامي الدعارة عبر الإنترنت، أو وباء إنفلونزا الطيور.. وهكذا.

والسرعة والزيادة هنا تأتي كمّاً وكيفاً، وتبرُز التغيرات الكيفية على مستوى نوعية الفئات المتورطة في الأزمات المختلفة؛ فبعد أن كان التهديد يرتكز أو يرتبط بفئة بعينها ـ وليكن فئة الشباب أو المراهقين مثلاً ـ أصبحت الأزمات والتهديدات المجتمعية الحالية تُوقِع بمزيد من أفراد المجتمع في شباكها وتورط العديدين، إما كأسباب لها، أو ضحايا، أو منوط بهم حل مثل هذه الأزمات والمشكلات.

ـ تبدو الأهمية الثانية لدراسة التغيرات التي طرأت على مفهوم التهديدات والمخاطر المجتمعية والدراسات المعنية بها، في أنها قد أدت في كثير من الدول إلى زيادة اهتمام القيادة السياسية بها، وذلك على مستوى استصدار القوانين أو التشريعات المنظمة لبعض ظواهر المجتمع، أو فرض متغيرات جديدة على مستوى التشريعات والقوانين، مثلما هو الحال بالنسبة إلى قوانين حماية الطفل، قوانين النشر، قوانين البث الفضائي... وهكذا.

ـ ترتبط النقطة التالية بسابقتها؛ حيث إن فكرة الاهتمام السياسي بالأزمات، تلفت النظر بدورها إلى دور جماعات الضغط والقوى المؤثرة في المجتمع، ممّن لديهم القدرة على توصيف المشكلات المجتمعية المختلفة، والوصول بها إلى وسائل الإعلام المختلفة، ثم الاشتراك في وضع الحلول، والخطط الملائمة لها، وبالتالي إبرازها على مستوى اهتمام الرأي العام.

ويصنّف كريتشر (Critcher) (٢٠٠٦) بعض هذه الجماعات ـ خاصةً ممّن يشكلون نوعاً من التحالفات في بعض الأحيان ـ كما يلي: (١) الصحف ووسائل الإعلام المرئية والمسموعة؛ (٢) جماعات الضغط ومدّعو الأزمات (Claims Makers)؛ (٣) الحكومة والسياسيون؛ (٤) الشرطة ومؤسسات فرض القانون والنظام؛ (٥) وأخيراً، جماعات الرأي العام[٥].

(٥) Chas Critcher, *Critical Readings: Moral Panics and the Media: Issues in Cultural and Media Studies* (London: Open University Press, 2006), p. 4.

ويضيف كريتشر، أنه إذا تحالفت هذه القوى معاً على قضية ما، فإنه لا بدّ وأن يُعتدّ بها، بشكل يجعل أية معارضة من أي نوع تنسحب جانباً إذا ما سعت في أي لحظة إلى القيام بعمل ما تجاه المشكلة، وإن كان ذلك لا يحدث ولا ينطبق على كل المشكلات بالطبع.

أما السبب الرابع والأخير لدراسة التهديدات المجتمعية فهو ما تثيره دراسة مثل هذه النوعية من الأزمات أو التهديدات من تساؤلات بشأن العلاقة بين الواقع والمشكلات المجتمعية التي تثيرها وسائل الإعلام، باعتبارها أزمات قد لا تكون كذلك بالفعل.

فالمجتمع المعاصر إذن، في رأي الكثيرين، هو مجتمع المخاطر. وقد تختلف المخاطر من مجتمع إلى آخر حسب درجة التقدم أو التخلف، ولكن معظم المخاطر الحالية ـ بما فيها المخاطر المحلية ـ تأخذ في العادة بعداً عالمياً، بحيث تصل تأثيراتها إلى كل المجتمعات القائمة على كوكب الأرض، مع اختلاف في الدرجة أو التوقيت؛ فالأوبئة تنتشر سريعاً بحيث تعمّ العالم بأسره في وقت قصير، والزلازل والبراكين التي تنفجر في منطقة محددة ومحدودة من العالم ينعكس تأثيرها السلبي في أبعد بقاع العالم (بدت هذه النقطة من أبرز ما يكون مع الأحداث الأخيرة لانفجار بركان أيسلندا، وكم التأثير والضرر الذي ألحقه بالكثير من دول العالم التي تبعد الآلاف الأميال عن مكان انفجاره)..، وهكذا مما قد يسبب صدمات وأزمات للإنسانية ككل.

ويختلف الباحثون حول أكثر الدول تصديراً، أو استيراداً للأزمات والمشكلات، وذلك لعدة اعتبارات، أولها أن الأزمات المختلفة قد تحدث في أكثر من دولة، وفي التوقيت نفسه، مثلما هو الحال لدى انتشار مرض الإيدز مثلاً، أو مرض إنفلونزا الطيور. وثاني هذه الأسباب يرجع إلى الطبيعة المختلفة التي يتعامل بها كل مجتمع مع أزماته، وإلى ردود الفعل المختلفة من الرأي العام به، ويرتبط هذا العنصر بالسبب الذي يليه والذي يعوّل على اختلاف المناخ العام (Public Sphere) في كل مجتمع، واختلاف نظامه السياسي والقضائي والإعلامي، وهي الأسباب التي تجعل لكل مجتمع مردوده الخاص، وتعامله الدقيق مع أزماته ومشكلاته، حتى وإن تداخلت مع غيرها من الأزمات في مجتمعات أخرى.

ويشير الباحثون إلى أنه من المألوف في مجال الدراسات الاجتماعية والإعلامية الاعتقاد بفكرة أنه لا يوجد مشكلة أو أزمة مجتمعية خارج نطاق التصوير الإعلامي أو

البناء المتصور وليس الحقيقي. وكأن الأمر، كما يقال، أشبه بتلبيس الفكرة القديمة ثوباً جديداً، ثم تضخيمها والنفخ فيها، بشكل يدفعها إلى البروز على أجندة اهتمامات الرأي العام حتى يتصاغر ما عداها من مشكلات، على الرغم من كونها ـ أحياناً ـ قد تكون أكثر أهمية وخطورة.

وتبلور الأسباب السابقة لدراسة التهديدات المجتمعية، مجموعة من السمات المرتبطة بمفهوم التهديدات والمخاطر المجتمعية، ومن أهمها:

ـ أنها تأخذ شكل الحملات أو الأوركسترا التي تعزفها مجموعة منوعة من أفراد المجتمع بقيادة مايسترو شهير متمثل في وسائل الإعلام، ولا يعني ذلك أن تمتد الحملة إلى فترة مطولة، فقد تطول الفترة أو تقصر على حسب طبيعة الظاهرة أو الأزمة.

ـ تلفت التهديدات المجتمعية انتباه أفراد المجتمع بشكل ملحوظ؛ حيث يتم تحذيره بشكل شبه متواصل من انهيار ما أو أزمة ما، تبرُز وتتصاعد على المستوى الاجتماعي، الاقتصادي السياسي.. إلخ، ومثل هذا الانهيار عادة يتركهم في حالة من الخطر والتهديد الذي يفقدهم الإحساس بالأمان.

ـ تتسم الخطوط العريضة والمؤشرات التي تقود مثل هذه التهديدات والأزمات بعدم الوضوح والغموض النسبي في كثير من الأحيان.

ـ يترقّب بعض السياسيين، ومن ورائهم وسائل الإعلام قيادة مثل هذه الحملات التي تنذر بوقوع أزمات خطيرة في المجتمع، سعياً منهم إلى تحقيق نوعين من التأثير؛ إما التأثير في الجمهور باعتبارهم المهتمين الأوائل بشؤونهم والأخطار التي تكتنفهم، أو باعتبارهم من سيدفع عنهم هذا الخطر ويقضي عليه.

أخيراً، يلاحظ من خلال متابعة مثل هذه النوعية من الحملات، أنه قلّما تُناقش الأسباب الحقيقية لمثل هذا الخطر، ويندر أو يكاد يستحيل أن يتم إيجاد حلول فعلية لها.

ـ ٤ ـ

وقد أوضحت الدراسات المختلفة أن الجماعات المهمّشة يمكنها كذلك التمكن من الوصول إلى وسائل الإعلام، وأن الوصول إلى المنفذ الإعلامي هنا لا يمثّل سوى نصف المعركة، فالأطر والكيفيات التي توضع فيها المصادر الإخبارية، فضلاً عن مدى

المصداقية والشرعية التي تكتسبها هذه الجماعات من خلال وسائل الإعلام هي أمور من الأهمية بمكان(٦).

والأمر كما يصوّره ريان (Ryan) (١٩٩١) يُبرز المعركة الأساسية التي تكمن في التفسير الذي ستتبنّاه وسائل الإعلام بدون غيره، وأي الأطر المستخدمة يمثل الحقيقة.

وفي الوقت الذي حظيت به الصراعات الخلفية للوصول إلى وسائل الإعلام بالتركيز الأكبر من قِبل الباحثين والدارسين في مجال الإعلام والأزمات، لفتت دراسات أخرى الانتباه إلى عمليات صناعة الأخبار من خلال المقابلات المتعمقة مع الصحفيين والمصادر، واختبار التصريحات الصحفية والوثائق السياسية والحكومية، أو من خلال أساليب الملاحظة المباشرة(٧)؛ وهو ما يبرره بيتس وزملاؤه بالقول: «يوفر نموذج SARF فهماً مبسطاً جداً لدور وتأثير وسائل الإعلام في تضخيم وإبراز الأزمات، وهو بذلك يتمكن من تفسير التوتر بين خبراء الأزمات ومديريها، وبين الجمهور العام من خلال نجاحه في تقديم فهم متكامل ومتسق للعمليات والتأثيرات التي يمارسها هذا النظام المعلوماتي الجمعي والرمزي (النظام الإعلامي) وطبيعة علاقته بجمهوره»(٨).

وفي المقابل يرى ميردوك (Murdock) (٢٠٠٣) أن الأزمات إنما هي مجال للجدل والصراع الذي يتنافس من خلاله أصحاب المزاعم والحجج مع بعضهم البعض للتأثير في الرأي العام في النهاية(٩).

وتشير وجهات نظر أخرى إلى مجموعة من الصعوبات التي ينبغي أخذها في الاعتبار عند الحديث عن فكرة الجمهور النشط، كما يصنفها فيلو (Philo) (١٩٩٩) بقوله «من الخطأ الاعتقاد بأن الجمهور يستقبل الرسالة الإعلامية بدون إعمال العقل فيها دوماً، كما أنه من الخطأ أيضاً النظر إلى المشاهدين والقرّاء باعتبارهم نشطين في تفسير وسائل الإعلام بدون أي مجهود، بحيث يخلقون معانيهم الخاصة ومفاهيمهم في مواجهة الفعل الذي يتعرضون له، وإنما يمكن القول إنه يمكن لوسائل الإعلام

(٦) Anderson Alison, in: Gabe Mythen and Sandra Walklate, *Beyond the Risk Society: Critical Reflections on Risk and Human Security* (London: Open University Press, 2006), p. 121.

(٧) J. Reily and J. Kitzinger, «Researching Risk and the Media Health,» *Health, Risk and Society*, vol. 1, no. 1 (1999), p. 320.

(٨) Judith Petts and Graham Murdock, *Social Amplification of Risk: The Media and the Public, Contract Research Report* (London: Health and Safety Executive, 2003), p. x.

(٩) المصدر نفسه، ص ١٦١.

أن تمتلك تأثيراً قوياً وفاعلاً في ما يعتقد فيه الجمهور بالفعل وما يعتقدون أنه مقبول وشرعي أو على الأقل مرغوب»[١٠].

علاوة على ذلك، تتأثر المعرفة والاتجاهات نحو الأزمات بالعائلة، وزملاء العمل، والأصدقاء، والمتخصصين في المجال الصحي أو العلمي بشكل عام، ويتوسط العلاقة بينها وبين وسائل الإعلام مجموعة من العوامل بما فيها العمر والطبقة الاجتماعية، والنوع الاجتماعي، والعرق، ومن ثّم فإن التقارير الإعلامية ما هي إلا واحدة ضمن الكثير، الذي قد يتقدمه ـ في مجال إدراك الأزمات تحديداً ـ عامل الخبرة المباشرة، والتعامل الشخصي والفعلي مع الأزمة أو التعرض لها.

وهكذا يمكن القول إن هناك حاجة ماسة إلى مزيد من الحساسية تجاه العوامل المعقدة أو المتغيرة التي تصف وتدرس إدراك الجمهور للأزمات، وتحديداً علاقته بالتقارير الإعلامية المختلفة المعنية بتقديم مثل هذه النوعية من التغطية الإعلامية لمثل هذه الأحداث[١١].

ثقافة الخوف إذن مرتبطة بالتخويف؛ إنها حصيلة عمليةِ التخويف الذي تعتمده السلطة (وهي سلطات متنوعة قد تأتي وسائل الإعلام في وقتنا الراهن على رأسها) في تعميم المخاوف الحقيقية أو الوهمية بين الناس، وفي تضخيمها إلى الحد الذي لا يرون معه من يحميهم منها غير السلطة ذاتها. هذه الثقافة لها محطاتها القديمة والحديثة: الأنظمة والسلطات التي زرعت الرعب وتلك التي لا تزال تزرعه في فضاء سلطتها، كثيرةٌ، ولها أوصاف مصنّفة: استبدادية أو تسلطيّة، شمولية أو دكتاتورية... إلخ، وهي كلها أوصاف تعني القدرة على توزيع الخوف والكفاءة في توزيع العقاب.

ـ ٥ ـ

ما الجديد إذن؟ الجديد أن ذلك عادة ما يتم بالتوازي، بين مستويات مختلفة، **المستوى الأول** عُني بالرؤى السيكولوجية والنفسية المرتبطة بمشاعر ومدركات الأفراد تجاه القضايا العامة، والأحداث المثيرة للجدل والقلق في المجتمعات المختلفة،

(١٠) Greg Philo, ed., *Message Received: Glasgow Media Group Research, 1993-1998* (Harlow: Longman, 1999), p. 287.

(١١) Kenneth Thompson, *Moral Panics* (London: Routledge, 1998), p. 2.

وذلك في علاقتها بوسائل الإعلام؛ حيث ساد الاعتقاد بين الباحثين بقوة العلاقة بين المتغيرين، إلا أن النتائج التي توصلت إليها الدراسة لا تبدو حاسمة وكافية بالقدر المطلوب؛ حيث يطرح السؤال نفسه: لماذا يسود الاعتقاد بوجود علاقة أكيدة بين التعرض لوسائل الإعلام، وإحساس الأفراد بالخطر الجمعي؟ فبعيداً من الحقيقة التي تشير إلى أن الأفراد هم أنفسهم من يضعون هذه الوسائل في مقدمة مصادرهم للحصول على المعلومات بشأن الأزمات المختلفة، وأنها هي السبب الرئيسي في سيادة الاعتقاد لديهم بوجود مخاطر بالمجتمع[١٢]، إلا أن السبب المنطقي الوحيد الذي يمكن الركون إليه في أطروحتنا الحالية هو أن هذه الوسائل (وسائل الإعلام المختلفة) تجيد التعبير عن نفسها بشكل جيد جداً ومفهوم للغاية لكل من المشاهد/ القارئ/ أو المستمع؛ فالأفراد العاديون عادة لا يجيدون فهم البيانات الكمية والإحصاءات بقدر ما يجيدون فهم الجمل والعبارات الكيفية الإنشائية، وهو ما برعت فيه مضامين وسائل الإعلام على مستوى دراستنا الحالية؛ حيث تعمل وسائل الإعلام كخادم أمين لكل ما يثير الإحساس والعاطفة حتى لدى تقديم الأحداث العادية مذكرة بالأخلاقي والمثالي من التصرفات، ومحذرة ممّا يهدد الحياة السلمية للأفراد، وذلك بصرف النظر عن أحقية هذه الطريقة من التصوير في التعبير عن واقع حياة الأفراد أم لا، وهي بذلك تضع تعريفات محددة سلفاً للواقع، أساليب التصرف وردود الأفعال المبتغاة من الأفراد، ثم تقييمهم للواقع من حولهم بشكل عام.

أما **المستوى الثاني** فهو ذلك الذي يُخرج إحساس الخوف من نطاقه الخاص إلى نطاقه العام عبر تصويره في وسائل الإعلام، وإن دلت الدراسات على وجود اختلاف واضح في أنماط التناول الإعلامي لأزمات الدراسة بين كلٍّ من برامج الأحداث الجارية محل التحليل، والصحف القومية، والحزبية، والخاصة المصرية. وعلى الرغم من تأكيد بعض الدراسات السابقة على أن الوسائل الإعلامية عادة ما تتبع أنماطاً وممارسات شائعة في تقديم القصص الإخبارية ذات الصلة بالأزمات تحديداً؛ حيث تمتاز هذه النوعية من القصص الإخبارية بأنها تحوي الكثير من القيم الإخبارية الغربية كالإثارة والصراع والتشويق... وهكذا، وأن هذه الوسائل عادة ما تعتمد على المصادر نفسها، والأطر الخبرية المتشابهة، إلا أن ذلك لم يبرز جلياً نتيجة عوامل عديدة، أهمها اختلاف الأطر المهنية المنظمة لأساليب عمل كل وسيلة منها. وما يهمنا في هذا الصدد هو تأثير

---

(١٢) Lenart Sjoberg, «Political Decisions and Public Risk Perception,» paper presented at: The Third International Public Policy and Social Science Conference St. Catherine's College, Oxford, 28-30 July 1999, p. 38.

مثل هذا الاختلاف في تفسيرات الأفراد ومدركاتهم للواقع من خلال منظور كل وسيلة إعلامية.

وتجدر الإشارة إلى أن العلاقة بين الإعلام والأزمات من جهة، ثم العلاقة بين المضمون الإعلامي خلال تلك الفترات ـ التي لم تعد استثنائية، بقدر ما أصبحت سمة من سمات المجتمع المصري في الآونة الأخيرة ـ والجمهور كمستقبل للرسالة الإعلامية من جهة ثانية، ليست بالعلاقة الخطية البسيطة والمباشرة على الإطلاق، كما أنها ليست تعبيراً منفرداً، أو مرتبطاً بتغطية حدث بعينه فقط، إنما اتضح من نتائج ومتابعات الدراسة أن الأمر هو عملية تتضمن التفاعل بين العناصر الثلاثة المكوّنة لها (الأزمة، الرسالة الإعلامية، جمهور المستقبلين) باستمرار، ومن ثّم فهي عملية دينامية تختلف معطياتها عبر الفترات الزمنية المختلفة، وقد برز هذا الاتجاه لدى مناقشة دراسات الحالة التي تعرضت لها الدراسة؛ حيث اتضح مدى التغير الذي يطرأ على اللهجة الإعلامية لدى معالجة كل قضية مع اختلاف مراحل هذا التناول الإعلامي عبر الفترات الزمنية المختلفة، وما يعنيه ذلك من تأثير في المتلقّين بالتبعية. ولمّا لوحظ تجاهل الكثير من الدراسات للدور الذي قد يلعبه مستقبل الرسالة الإعلامية في اتصال الأزمات، كان اهتمام الدراسة الحالية بالتركيز أكثر على هذا العنصر سعياً إلى الكشف عن مزيد من العوامل المتحكّمة في إدراك هذه الفئة لما يقدم لها من مضامين ذات صلة بالأزمات.

ويُلاحظ من مؤشرات الدراسة، أن هناك عوامل تقف وراء إدراك الأفراد للأزمات بعيدة من عنصر اهتماماتهم الشخصية فقط، كما تختلف مؤشرات الخطر بين الأفراد بناء على اختلاف مجموعة العوامل المجتمعية المحيطة بهم بشكل عام؛ ففي الوقت الذي قد يشعر فيه الأفراد بالخطر من وجود نسبة تلوث ما في المياه، قد تعتقد مجتمعات أخرى أن هذا الأمر ليس بدرجة الأهمية نفسها لما تتضمنه البيئة المحيطة بهم من مشكلات أخطر وأبرز من وجهة نظر هؤلاء الأفراد، وهو ما يجعلهم بالتالي يتهاونون في تقدير حجم مشكلة ما قد تعرض عليهم في وسائل الإعلام، مقابل التهويل والتضخيم من حجم مشكلة أخرى؛ فعلى سبيل المثال، تعتبر مشكلة التلوث في مصر واحدة من أخطر المشكلات التي تواجه البلاد وذلك على مستوى الهواء والماء والبيئة المحيطة بشكل عام. وعلى الرغم من المضامين الإعلامية التي حملت معلومات صادمة في هذا الشأن، لكن ماذا يمثّل خبر ردم بحيرة مريوط نظراً إلى تلوثها بمياه الصرف الصحي، مقابل خبر تسريح آلاف العمال من مصنع من المصانع وفقدانهم وظائفهم ومصدر عيشهم وعيش

أسرهم؟ إذن برز مفهوم «قضايا طبيعة الحياة» (Quality of Life Issues) كواحد من العوامل التي تتوسط العلاقة بين إعلام الأزمات والجمهور في المجتمع المصري.

المستوى الثالث يتم فيه تحويل الخوف الاجتماعي إلى خوفٍ أمني. ولعل هذا التحويل هو أقوى ما يعبّر عن قدرة الدولة على التلاعب بالخوف وعلى استثماره لصالحها، كسلطة مقايضة الاجتماعي بالأمني، وبخاصة في الوطن العربي. وهكذا مثّل الاتجاه نحو الحكومة (Attitude Toward Government) عاملاً آخر هاماً للغاية توسّط العلاقة بين المضامين الإعلامية محل دراستنا، والجمهور؛ فثقة الأفراد في الحكومة بمؤسساتها ومستوياتها المختلفة انعكست بشكل كبير من خلال مجموعة التساؤلات التي وضعت لقياس مستوى هذه العلاقة سعياً إلى الخروج باستخلاصات في هذا الصدد.

وعلى الرغم من تطبيقات هذه العلاقة في نموذج الدراسة الحالية تحديداً، إلا أنها تبرز بشكل أكثر شمولاً واتساعاً على مستوى إعلام الأزمات بشكل عام. وتؤكد نتائج إحدى الدراسات النتيجة الحالية نفسها؛ عندما أشارت نتائجها إلى أنه عند تقديم مجموعة من المعلومات الصحية لسكان قرية من القرى من خلال عمدتها ومسؤوليها المحليين الذين يحظون بثقة عالية من خلال السكان، لوحظ قبول هذه المعلومات والإرشادات وتبنّيها بدرجة عالية، وفي المقابل جاءت النتائج عكسية في تلك القرية التي حصل مسؤولوها على درجات أقل من حيث مستوى ثقة السكان فيهم؛ وذلك على مستوى اعتقاد الأفراد في شفافية هذه الجهات، أمانتها في تناول قضايا الناس وإخبارهم بها بوضوح، وأمانتهم على مقدّراتهم وثروات بلادهم[١٣]. وما أصعب تلك النتائج التي توصلت إليها دراستنا الحالية على مستوى هذه الإشكالية تحديداً. ويرتبط بهذا العامل ارتباطاً وثيقاً أيضاً عامل اتجاهات الأفراد نحو من يعتقدون في كونهم أسباباً مباشرة للأزمات التي يعانونها (Attitudes Towards Presumed Responsible).

- ٦ -

وتؤثر «صورة الذات» لدى أفراد المجتمع، وصورة المجتمع نفسه والتوقعات بشأن مستقبله وشكل الأيام القادمة فيه (Personality and Future Scenarios) في

(١٣) «Cost and Benefits of Removing Volatile Organic Compounds from Drinking Water,» Environmental Protection Agency (Washington, DC) (1985), pp. 43-48.

الأفراد لدى إدراك الأزمات؛ حيث لوحظ حجم القلق الذي يسيطر على أفراد المجتمع بشأن مستقبل معيشتهم على كل المستويات من جهة، كما لوحظ اهتمامهم بقضايا بعينها دون أخرى، على الرغم من أهميتها القصوى لدى آخرين. وقد أشارت إحدى الدراسات إلى أن أفراد المجتمع ممّن ينتمون إلى الأقاليم الريفية فيه، يختلفون في تصورهم لذواتهم عن هؤلاء سكان المدن عند سؤالهم عن قضية تلوث الهواء مثلاً؛ حيث يعتقدون أن مستقبلهم لا يوحي بأي تلوث، بل على العكس[١٤].

وبالمثل في إطار دراستنا عكست النتائج البسيطة الخاصة بالفروق بين الأفراد في شعورهم بالخطر تأثير مجال العمل مثلاً في هذا المتغير؛ فمن يعمل بالقطاع الحكومي أقل شعوراً بالقلق من نظرائه في القطاع الخاص، بصرف النظر عن مستوى المعيشة في كلا القطاعين... وهكذا الأمر مع مجموعة متغيرات أخرى شبيهة.

وتجدر الإشارة إلى أنه على الرغم من الاختلافات في الخبرات الشخصية للأفراد تجاه الأزمات، إلا أن «التفسيرات والمشاعر الجمعية» (Collective Interpretations) للإحساس بالخطر والقلق قد تفوقت في مجملها على مجموع الخبرات الفردية للأفراد؛ فعلى الرغم من عدم تعرض بعض أفراد العيّنة لخطر الإصابة بمرض خطير جرّاء الإهمال الصحي في المستشفيات المصرية مثلاً، أو خطر حظر ممارسة نشاط ما نتيجة بعض الممارسات السلطوية... وهكذا، إلا أن الإحساس العام بالخطر ساد لدى الجميع، ولو بدرجة متوسطة.

وقد لُوحظ من نتائج العلاقة بين الإعلام وإدراك الأفراد للأزمات، ثم إحساسهم بالخطر بالتبعية، بروز عامل «المعرفة» (Knowledge) كعامل آخر مؤثر توسط هذه العلاقة؛ ففهم الأفراد للأزمات التي تواجه مجتمعهم، ووجود معلومات تفصيلية ودقيقة عنها، قد يجعل هذه الأزمات أبسط أو أكثر خطورة لديهم. ومن ثم يقال إن المعلومات بشأن الأزمات التي تقدّم عبر وسائل الإعلام قد تُرفض، أو تُقبل، أو قد تُعدّل بناء على المفاهيم والمعارف التي لدى الأفراد بالفعل أو تلك التي ليست لديهم[١٥].

---

(١٤) June Fessenden-Raden [et al.], «Providing Risk Information in Communities: Factors Influencing What is Heard and Accepted,» *Science, Technology and Human Values*, vol. 12, nos. 3-4 (1987), pp. 94-101.

(١٥) Ardyth Gillespie and Paul Yarbrough, «A Conceptual Model for Communicating Nutrition,» *Journal of Nutrition Education*, vol. 16, no. 4 (1984), p. 169.

ويمكن القول إن مجموعة العوامل السابقة قد تتغير بتغير الزمان والظروف المحيطة بالأفراد في المجتمعات المختلفة، وفي المجتمع نفسه من وقت إلى آخر؛ أي أنها وإن برزت في دراستنا الحالية، وخلال الفترة المحددة لعيّنة الدراسة التحليلية والميدانية، إلا أن ذلك لا يعني تأثيرها هي نفسها في وقت آخر، وبالتطبيق على أزمات أخرى. ومن هنا تأتي العلاقة المعقدة والمتشابكة بين علم إعلام الأزمات ومشاعر الأفراد ومدركاتهم لهذه الحالات التي تنتاب المجتمعات كافة.

ولكن ومع ذلك ينبغي التشديد على عنصر أساسي في هذا الصدد، هو أنه مع العمر القصير أو الطويل لأي أزمة من الأزمات، فإن شعور الأفراد بأن الأزمة قد عولجت بكفاءة وجدية من خلال المسؤولين بالمجتمع، فإنهم عادة ما يعبّرون عن درجات أقل من الإحساس بالخطر، كما أنهم لا يسعون وراء مزيد من المعلومات عنها، ولا يبحثون عن مصادر أخرى تنفي أو تؤكد إحساسهم بالقلق تجاه ما يحدث في مجتمعهم، والعكس عندما يشعرون بأن المعنيين بأمر أزمة من الأزمات التي تواجه المجتمع لم يتحركوا بالشكل المناسب لحماية مصالحهم، وضمان مستقبلهم، فإن هؤلاء الذين لم يكونوا معبّرين من الأصل عن درجة عالية من القلق، قد يتنامى عندهم هذا الشعور عن أيّ وقت مضى، وقد يصبحون أكثر تأكداً من أنهم لا يحصلون من وسائل إعلامهم على المعلومات المناسبة بشأن هذه الأزمات، أو أنهم قد خُدِعوا بمعلومات مضلّلة.

ويُقدم فيوردي (Furedi) تفسيراً لإشكالية العلاقة بين واقع وسائل الإعلام، وواقع الأفراد الفعلي، بالقول: «إن وسائل الإعلام تقدم تصوراً مسبقاً لمخاوف وتهديدات متوقعة لدى الأفراد» (Pre-existing Predisposition to Panic)؛ بمعنى أن وسائل الإعلام في تغطيتها للأزمات، تعكس وتحجز مقعداً، أو مكاناً عميقاً في نفوس الأفراد، كانت تحتله النوعية نفسها التي قدمتها هذه الوسائل بالفعل، ولكنها أبداً لم تكن تفكر أن تكون الصحيفة أو التلفزيون مكاناً للتعبير عنها، ومن ثمّ تبقى كامنة حتى تنتعش وتبرز على سطح الأحداث مع بروز أول واقعة مشابهة لما يدور في نفوس الأفراد. ومن هنا تجدر الإشارة إلى أن التفسير السابق لفيوردي، قد لا يكون وتداً، أو أساساً لدى إنتاج وسائل الإعلام للقصص الإخبارية التي تتبناها، ولكنه كذلك في نظريات طبيعة تلقي الجمهور لمضامين هذه الوسائل[١٦].

(١٦) Frank Furedi, *Culture of Fear* (London: Cassell, 1997), p. 153.

- ٧ -

ويبقى السؤال الرئيسي الذي تساءلت عنه دراسات سابقة عديدة، وإن لم تختبره بشكل كافٍ، ألا وهو: هل التغطية الإعلامية لحدث من الأحداث يجعل النادر والغريب، والطارئ من القضايا، هو حال الشارع، أو المجتمع الفعلي والحالي؟ بمعنى آخر هل هذه الأزمات المغطاة على المستوى الإعلامي، هي أزمات فعلية، أم مفتعلة؟

تبقى هذه النقطة مثاراً للدراسة في أبحاث أخرى، تحاول المقارنة بين الواقع الفعلي من ناحية، وواقع وسائل الإعلام من ناحية أخرى، وعلاقة الشقين بما يترتب من آثارهما لدى الجمهور العام الذي يعايش أزمات الواقع الفعلي بكل قسوتها، ويتلقى نوعيات وظلال ومظاهر وتبعات... من خلال ما يقدم له عبر المنافذ الإعلامية المختلفة.

وقد أشارت دراسات سابقة عديدة، إلى اعتماد الأغلبية العظمى من الأفراد على وسائل الإعلام، باعتبارها المصدر الأكثر أهمية للحصول على المعلومات حول الأزمات والمخاطر المختلفة التي تنتاب المجتمعات[١٧]، ولكن الملفت للنظر في هذه الدراسات أن أغلبها لم يركز على الأزمات بشكل خاص في المضمون الإعلامي كهدف للتحليل في حد ذاتها، بقدر ما كانت تذكر ضمنياً في إطار مجموعة من الأحداث الكارثية أو المخاطر بشكل عام.

وعلى الرغم من كون الدعاوى التي يطلقها علماء الاجتماع الإعلامي بالأساس، التي تشير إلى ازدياد معدلات الإحساس بالخطر بين الأفراد، بشكل جعل مشاعر التهديد والخوف شيئاً هاماً، وذا حضور واضح في وعي المواطنين مثيرة للاهتمام، إلا أنها ـ وفي الوقت نفسه ـ تبدو نظرية ومجردة في كثير من الأحيان؛ حيث يفتقد ـ كما تشير تيرني (Tierney) ـ (١٩٩٩) معظمها إلى أي بيانات كميّة فعلية[١٨]، أو كما أشار كيتزنغر (١٩٩٩) إلى أن مثل هذه الدعاوى فشلت في إيجاد الأدلة التطبيقية الحديثة حول الكيفية التي تتطور وتتمحور بها المضامين الإعلامية، لتبرز الأزمة، وتجعلها ـ نتاجاً لذلك ـ سبباً لاستثارة إحساس الأفراد بالخطر الجمعي[١٩]. وهكذا تمثلت الفائدة

---

(١٧) Eleanor Singer and Phyllis M. Endreny, *Reporting on Risk: How the Mass Media Portray Accidents, Diseases, Disasters, and Other Hazards* (New York: Russell Sage Foundation, 1993), p. 159.

(١٨) Kathleen Tierney, «Toward a Critical Sociology of Risk,» *Sociological Forum*, vol. 14, no. 2 (1999), pp. 215-242.

(١٩) Jenny Kitzinger, «Researching Risk and the Media,» *Health, Risk and Society*, vol. 1, no. 1 (1999), pp. 55-69.

المترتبة على إجراء الدراسة الحالية في توفير دليل نفي أو إثبات لمثل هذه النظريات، وهو ما ثبُت، ولو جزئياً، من خلال الاختبارات التي أجريت.

وتشير الدراسات إلى أنه على الرغم من القصص الإخبارية المتعددة التي تذيعها أو تنشرها وسائل الإعلام المختلفة، إلا أنها تبتعد في كثير من الأحيان عن هموم ومخاوف الأشخاص العاديين في المجتمع، وهو ما يخلق اختلافاً بين مفهوم الأزمة لدى المواطن العادي، والقائم بالاتصال باعتباره ممثلاً للوسيلة الإعلامية التي يعمل بها.

وتطرح الدراسة الحالية، بعداً آخر من أبعاد التغطية الإخبارية للأزمات، ألا وهو غياب عنصر شهود العيان، والأصحاب الفعليين الذين يعانون الأزمة، في مقابل الاعتماد على الخبراء، والمحللين، والمسؤولين، وذلك بعيداً من الفرضية التي تشير إلى أهمية تمثيل وسائل الإعلام للمجتمع بكل شرائحه ومستوياته.

وعلى الرغم من معادلة الأخبار التلفزيونية، وبرامج الأحداث الجارية لهذا الخلل، إلا أنهم غالباً ما يقدمون هذه الفئات في وضع الضحية الفعلية، أو حتى الضحية المرتقبة. بمعنى آخر، غالباً ما تقدم هذه الشرائح في وضع الفاعل السلبي ـ إن جاز التعبير ـ الذي ضغطت عليه قوى ومصادر خارجية للتواجد، مثلما هو الحال مع جماعات الضغط، وجماعات المصلحة، الذين يجعلون من الأفراد العاديين، جيش المقدمة الذي يثبت وجهة نظرهم أو آرائهم، وليس فاعلاً نشطاً وإيجابياً على مستوى القضية أو الحدث الذي يمثله[٢٠].

ـ ٨ ـ

وعلى الرغم من سعي الدراسة الحالية إلى تلافي بعض أوجه القصور التي وقعت فيها بعض الدراسات السابقة، إلا أنها تبقى كذلك مثالاً لا يمكن تعميم نتائجه بشكل كامل على ما يجرى في المجتمع المصري، وعلى أفراده بأيّ حال؛ حيث ترصد النقاط التالية أبرز أوجه القصور التي لم تستوفها الدراسة الحالية، والتي تدعونا إلى إجراء مزيد من الأبحاث لفهم أوضح للعلاقة بين علوم الإعلام، وإدراك المخاطر والأزمات، كالتالي:

(٢٠) Simon Cottle, «TV, Lay Voices, and the Visualization of Environmental Risks,» in: Stuart Allan, Barbara Adam and Cynthia Carter, eds., *Environmental Risks and the Media* (London: Routledge, 2000), pp. 31-32.

ـ الحاجة إلى التعرف إلى أثر وسائل الإعلام العربية والعالمية، التي تُشكّل جزءاً من خريطة التفكير المصرية، والتي تحتل موقعاً مميزاً لدى المشاهد المصري على مستوى الاعتماد من جهة، والمصداقية من جهة أخرى، في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا مجتمعاتهم، ثم تأثيرها، تالياً، في اتجاهاتهم نحو أوطانهم نفسها، ونحو الإحساس بالأمان والثقة في مسؤوليهم، وفي حسن أدائهم تجاه مشكلات مجتمعهم، وأخيراً التأثير في مدى إحساسهم بالقلق أو عدم الأمان والخطر الجمعيين لديهم، طالما بقيت هذه القنوات هي مصدر المعلومات الأكثر مصداقية لدى الجمهور في مصر على مستوى العوام والصفوة، وعندما يتعلق الأمر بمتابعة أزمة ما، أو قضية ما على مستوى الشأن المصري، مثلما هو الحال مع بعض القنوات الفضائية العربية («الجزيرة»، «العربية»، على سبيل المثال) أو («السي إن إن»، الـ «بي. بي. سي» العربية) على مستوى القنوات الفضائية الأجنبية، أو تلك القنوات الموجهة، التي يهتم بها أفراد الجمهور المصري، ويضعها على رأس وسائل الإعلام المفضلة لديه في الاستبيانات والاستقصاءات العلمية المختلفة؛ حيث تشير معظم الدراسات السابقة إلى أن القنوات الفضائية العربية تحتل مقدمة المصادر التي يتابع من خلالها أفراد الجمهور المصري تحديداً تطورات القضايا في مصر. وعلى الرغم من أن معظم هذه القضايا هي قضايا تتعلق بالأحوال الداخلية المصرية، إلا أن اعتماد الجمهور المصري على القنوات الفضائية العربية يرجع إلى المكانة التي تحتلها هذه القنوات، وبخاصة قنوات «الجزيرة» و«العربية» الإخباريتين.

ـ تطرح الدراسة الحالية بُعداً آخر تراه جديراً بالدراسة من واقع ما توصلت إليه نتائجها؛ حيث عبّرت الأغلبية العظمى من المبحوثين عن تشاؤمهم بشأن المستقبل، بل أشاروا إلى اعتقادهم بأن هناك الكثير من الأفراد غيرهم ممن يشعرون بالقلق على حياتهم، ومستقبل أولادهم، لأن أحوال البلاد غير آمنة، وغير مستقرة، وهو ما يثير الشهية على البحث في تأثير وسائل الإعلام في الحالة المزاجية للأفراد، وتصورهم لشكل المستقبل، من خلال دراسة بُعدين أساسيين، يعود الأول إلى موجات المعالجة الإعلامية لأشهر الأزمات التي تعرّض لها المجتمع المصري في الماضي، في حين يدرس البعد الثاني تأثير هذه التغطية الممتدة بأساليبها الشائعة في رؤية الأفراد وسيناريوهاتهم للمستقبل؛ حيث تعكس هذه الرؤى المتشائمة أبعاداً أكثر تفصيلاً، وتعقيداً يتصل برؤية الفرد لنفسه أولاً، ثم رؤيته لحجم دوره، وأهمية هذا الدور في أحداث مجتمعه، وإدراكاً سلبياً لما يمكن لأفراد مجتمعه أن يقوموا به نحو حل أزمات ومشكلات البلاد.

ـ أثارت دراسات العلاقة بين الأزمات والإعلام، قضية دور وسائل الإعلام في خلق، وإبراز بعض مشكلات المجتمع، وربما النادر والغريب منها في كثير من الأحوال، على قمة الأحداث، ومن ثمّ تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحوها، وما قد يعنيه ذلك من سلوكيات مترتبة على هذه المعارف؛ هذا من ناحية، وذلك في مقابل ما يزخر به الواقع الفعلي من مشكلات المواطن العادي، التي قد لا تكون قريبة بأي صلة مما يقدّم في وسائل الإعلام.

ومن هنا تبرز الحاجة إلى دراسة الأزمات والقضايا التي يمتلك الجمهور خبرة مباشرة نحوها، بمعنى أن يكون ما يعانيه، أو قد عاناه هو أو أحد المقربين لديه بالفعل، وذلك في مقابل تلك الأزمات والقضايا التي يستمد معارفه منها، من خلال وسائل الإعلام، وهو ما يسمح بقياس مدى مصداقية وسائل الإعلام من ناحية في عكس مشكلات وقضايا المجتمع، ويطرح من ناحية أخرى إجابة جديدة عن التساؤلات المثارة بشأن محددات وضع الأجندة، ومن الأقوى تأثيراً: هل وسائل الإعلام أم الجمهور؟!

ـ تشير الدراسات إلى أن مفهوم «إعلام الأزمات» من المفاهيم الشائعة والواسعة الاستعمال، بشكل يجعلها مفاهيم مطاطة للغاية؛ فالحديث عن «التقارير الحربية» (War Reporting)، التي عادةً ما تكون من خلال مراسلي الأخبار، هو نوع من أنواع إعلام الأزمات، ويندرج تحت المظلة نفسها تلك التقارير التي تتناول شؤون جمهور المستهلكين في المجتمع عبر برامج الأحداث الجارية (Consumer Affairs)، ومن ثَّم تبدو الحاجة مُلحّة إلى دراسة الفروق بين الأزمات، أو الحالات الاستثنائية التي تمر بها المجتمعات المختلفة، في علاقتها بوسائل الإعلام؛ حيث تختلف طبيعة وآليات ومسؤولي تغطية كل شكل من أشكال هذه الأزمات، وهو ما يعني في النهاية احتمال اختلاف تأثيرات هذه الأنواع المتعددة من التغطية في الجمهور المتابع لوسائل الإعلام.

وتؤدي وسائل الإعلام أدواراً بعيدة المدى، وتترك آثارها في جوانب الحياة الاجتماعية جميعها تقريباً، غير أنها باعتبارها عملية مفتوحة متناقضة العناصر، تسفر عن مخرجات يصعب التكهن بها أو السيطرة عليها. وبوسعنا دراسة هذه المخرجات من زاوية ما تنطوي عليه من مخاطر؛ فكثير من المعالجات الإعلامية تطرح علينا أشكالاً جديدة من الخطر، تختلف اختلافاً بيّناً عمّا ألفناه في العصور السابقة. ولقد كانت أوجه الخطر في الماضي معروفة الأسباب والنتائج، أما مخاطر اليوم فهي من النوع الذي يتعذر علينا أن نعدد مصادره، وأسبابه، أو نتحكم في عواقبه اللاحقة؛ حيث تتعدد

أشكال التعرض له، وتختلف النماذج والمقاربات التي تعرض لتلك الأدوار الإعلامية وتؤطّرها.

ومما لا شك فيه أن العالم دخل القرن الحادي والعشرين خائفاً، أو هكذا هي صورته كما أُرِيدَ لها أن تنتشر. الانتقال من التوعية بالمخاطر إلى التخويف منها، ومما يُخترع من صورها كانت له نصوص مؤسسة، أبرزها ما صاغه هنتنغتون في مقاله (١٩٩٣) ثم في كتابه عن **صدام الحضارات** (١٩٩٦)[٢١].

ولكنّ ثقافة الخوف من العدو ـ وامتداداً، الخوف من كل شيء، تقريباً، ـ بدأت تستوقف بعض الباحثين في العلوم الاجتماعية. بعد «مجتمع المخاطر» بدأ الحديث عن «مجتمع الخوف». هذا إضافة إلى لقاءات علمية بدأت تتكاثر، في أوروبا وأمريكا، عن جوانب مختلفة من ظاهرة الخوف الجديد: تحليلية نفسية، سيميولوجية، سياسية... إلخ. وهكذا عرضت الدراسة التي بين أيدينا لثنائية الأمن والخوف في المجتمعات العربية، والمجتمع المصري منه على وجه الخصوص، في مقاربات قديمة وحديثة، حاولت رسم خارطة للمخاوف الحقيقية وتلك التي هي محصلة عملية التخويف الذي تتعمده السلطات.

ـ ٩ ـ

وإذا كان الدور الذي تمارسه وسائل الإعلام ـ بصفة عامة ـ في التعامل مع الأزمات والكوارث يؤثر سلباً وإيجاباً في تفاعلات الأزمة، فهو إما أن يساهم في سرعة وكفاءة احتوائها، وإما أن يتحول إلى وسيلة لإثارة البلبلة في الرأي العام، وأحياناً ثالثة يستخدم لتضليله وتغييبه. إلا أن المدقق في الواقع العام يجد الكثير من مَواطن الخلل والقصور في الأداء الإعلامي أثناء الأزمات والكوارث، بالرغم من أن تطور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات يقدم إمكانات غير مسبوقة يمكن توظيفها في إعلام الأزمات والكوارث، وبخاصة أنه يحتاج إلى توافر سمات وخصائص مميزة فيه.

وهكذا وُجِّهَت انتقادات عديدة إلى النماذج التي تتناول العلاقة بين وسائل الإعلام والمخاوف المجتمعية، وذلك في محاولة لتحديد أسباب انتشار ثقافة التهديد

---

(٢١) الطاهر لبيب، «من الخوف إلى التخويف: مساهمة في تعريف ثقافة الخوف،» ورقة قُدِّمَت إلى: مؤتمر ثقافة الخوف، الذي نظّمته جامعة فيلادلفيا في عمّان ـ الأردن عام ٢٠٠٦، ص ٣.

والخطر في المجتمعات المعاصرة، والجهة/ الجهات التي تقف وراء تصنيعها وإنتاجها، وكيفية هيمنتها على شبكة العلاقات الاجتماعية، وآليات تلك الهيمنة، وقد **تمثلت تلك التفنيدات في مجموعة الإشكاليات التالية:**

ـ **المصطلح** (Terminology)؛ حيث يتصور الباحثون أن اقتصار مصطلح الأزمات على فكرة التهديد أو الخطر الذي يحمل الطابع الأخلاقي يبدو غافلاً عن العديد من القضايا والمشكلات المجتمعية التي يتعرض لها الأفراد والمجتمعات المعاصرة.

ومن ثم يرى العديد منهم صلاحية وصف «الرعب أو الفزع أو التهديد» للتعبير عن طبيعة الأزمات والتهديدات التي تم تطبيق نماذج التهديدات المجتمعية عليها؛ على اعتبار أنها الوصف الأنسب والأصلح للقوى العاطفية وأحاسيس القلق والخوف التي تنتاب الأفراد جرّاء التعرض للأزمة أو التهديد[٢٢].

ـ **آليات الحدوث** (Dynamics)؛ حيث يشير الباحثون إلى فشل نماذج التهديدات المجتمعية في تقديم الآليات المفسرة لعملية بدء واستمرار ثم انتهاء التهديد. ويضيف هؤلاء الباحثون أن النموذج الأصلي الذي قدمه كوهين بدا غامضاً إلى حد كبير في تحديد نقطة البدء للخطر على الأخص[٢٣].

وفي المقابل يشير بارتون (Parton) (١٩٨١) إلى أن التهديد المجتمعي لا يبدأ هكذا اعتباطاً، وإنما نتاجاً لرغبة بعض الأفراد أو الجماعات في إبرازه لأسباب محددة قد تتعلق بمصالحهم الخاصة، ويبرز ذلك بشكل عام في سياق وإطار مجتمعي وتاريخي محدد[٢٤].

ـ **الحتمية** (Determinism)؛ حيث يشير الباحثون إلى أن نماذج التهديدات المجتمعية تبدو حتمية وثابتة، فبمجرد أن تبدأ العملية تنساب وتتابع بشكل متوقع، وهو الاتجاه الذي يبدو شديد الحتمية بشكل لا يترك معه أي مجال لمصادفة أو تغير الحوادث[٢٥].

---

(٢٢) James E. Hawdon, in: Petts and Murdock, *Social Amplification of Risk: The Media and the Public, Contract Research Report*, p. 420.

(٢٣) Chas Critcher, *Moral Panics and the Media* (New York: Open University Press, 2003), p. 144.

(٢٤) Nigel Parton, «Child Abuse, Social Anxiety and Welfare,» *British Journal of Social Work*, vol. 11, no. 4 (1981), p. 394.

(٢٥) المصدر نفسه، ص ٣٩٥.

كما ينتقد ميلر وكيتزنغر (Miller and Kitzinger) (١٩٩٨) أيضاً مثل هذا الغياب للعناصر المساعدة للنموذج أو التي قد تتدخل في مسار عملياته[٢٦].

ـ **المخاوف المجتمعية** (Social Anxiety)؛ حيث يتساءل الباحثون في هذا الصدد عن الأسباب التي تدفع الأفراد إلى التعبير عن درجة عالية من الخوف والقلق كمظهر من مظاهر التهديدات المجتمعية، ويفسر الباحثون ذلك أنه نتاج لإحساس الأفراد بالقلق والخوف جرّاء المعالجات الإعلامية التي تدفع ببعض المشكلات أو الأزمات إلى السطح، ومن ثّم فإن الخطأ هنا يتمثل في موقع أو مكان إبراز التهديدات المجتمعية؛ الأمر الذي يجعل المخاوف الأكثر أهمية بعيدة عن وعي الرأي العام المباشر في مقابل غيرها من القضايا التي قد لا تحوز القدر نفسه من الأهمية[٢٧].

ويركز الباحثون على تعاظم الإحساس بالخوف نتيجة زيادة قدرات الأفراد على التواصل عبر تطور وسائل الإعلام المختلفة، ومن ثّم تزايد الإحساس بالخطر المشترك؛ فعلى الرغم من ارتباط بعض المخاوف بالمجتمع البريطاني وقتها مثلاً، إلا أن ستيفنز (Stevens) (١٩٩١) قد أشار إلى مجموعة من المخاوف المشابهة ارتباطاً بالمجتمع الأمريكي آنذاك، والتي كانت نتاجاً لتزايد نسبة الأفراد التي لم تعد تثق بأي حال من الأحوال في أداء وقدرات المؤسسات الاجتماعية والحكومية[٢٨].

وبالتالي يرى الباحثون أن المشكلة هنا هي أن التهديدات المجتمعية غالباً ما تُقدم باعتبارها نتيجة وتبعة لمجموعة من المشكلات المفترضة (Hypothetically) ذات الطابع العالمي، واللانهائي والمفزع أو المرعب في الأغلب[٢٩].

التغير (Change): حيث يثار انتقاد أخير مفاده أن مخاوف الأفراد وقلقهم قد فشل في التلاؤم الدائم مع نماذج التهديدات المجتمعية على مر الفترات التاريخية المختلفة، وبالتالي تغّلب التاريخ وحوادثه على هذه النماذج، نظراً إلى ما احتواه من تغيرات على

---

(٢٦) David Miller [et al.], *The Circuit of Mass Communication: Media Strategies, Representation and Audience Reception in the AIDS Crisis* (London: Sage Publication, 1998), p. 216.

(٢٧) Anthony Downs, «Up and Down With Ecology: The Issue-Attention Cycle,» *Public Interest*, vol. 28 (Sumer 1972), p. 46.

(٢٨) Philips Stevens, «The Demonology of Satanism: An Anthropological View,» in: David G. Bromley, Joel Best and James T. Richardson, eds., *The Satanism Scare*, Social Institutions and Social Change (New York: Aldine de Gruyter, 1991), p. 23.

(٢٩) Richard Sparks, «Entertaining the Crisis: Television and Moral Enterprise,» in: David Kidd-Hewitt and Richard Osborne, eds., *Crime and the Media: The Post- Modern Spectacle* (London: Pluto Press, 1995), p. 55.

المستوى السياسي والثقافي والاجتماعي، بشكل جعل هذه النماذج تبدو خارج نطاق التاريخ والأحداث في بعض الفترات[٣٠].

عوداً على بدء، يمكن القول إن لكلّ مجتمع مخاوفَه التي يفرزها واقعه. وسواء كانت هذه المخاوف نتيجة آليات محلية أو خارجية فإن ما يحدد «واقعيتها» أنها مُتمثَّلة، جماعياً، كمخاوف حقيقية تجب مواجهتُها. ولقد سبق التشديد، بما يكفي، على تعدّد أبعاد ظاهرة الخوف. ولذلك يمكن الآن الجزم بدرجة أو بأخرى أن المشكلة ليست في الخوف في حد ذاته، إنما هي في تمثّله أيّاً كانت مظاهر هذا التمثّل والوسائل التي يتم التعبير من خلالها عن وجوده مصدراً وأبعاداً، وهو ما يعني أن المسألة، نهايةَ الأمر، هي في مستوى الوعي، وعي الخوف، الذي يتنوع ويزداد حسب طبيعة وقنوات تفشيه.

(٣٠) Ulf Boethius, «Youth, Media and Moral Panics,» in: Johan Fornas and Goran Bolin, eds., *Youth Culture in Late Modernity* (London: Sage Publication, 1994), p. 50.

الفصل الحادي عشر

صورة المسلم في وسائل الإعلام الأمريكية: دراسة تحليلية سيميولوجية لعيّنة من الأفلام السينمائية(*)

رضوان بلخيري(**)

مقدمة

تضطلع السينما بأدوار في غاية الأهمية على أصعدة الحياة البشرية المختلفة، انطلاقاً من التشديد على قوة المحتوى الذي تقدمه، وتأثيره الشديد في المتلقي ـ لاعتبارات كثيرة ـ فهي بلا شك، تعكس قيم المجتمع وثقافته وأساليب حياته موليةً الرعاية لاهتمامات الناس وقضاياهم الأساسية، مقدمةً واقع المجتمعات وطموحاتها، ومساعدةً على التحرر العاطفي والاسترخاء والتفكير.

ووفقاً لهذا المفهوم، غدت هذه الوسيلة الجماهيرية بمثابة النافذة السحرية التي نرى من خلالها أنفسنا والعالم الذي يحيط بنا. وبذا فإن الطريقة التي نرى بها الآخرين إنما يتحكم فيها القائمون على الإنتاج السينمائي، وإن علمنا أن الحجم الأكبر ممّا يقدّم للعالم على شكل وجبات سينمائية، إنما هو «أمريكي» المنشأ، «هوليوودي» المصدر. وسيتّضح لنا أن كل إمكانات الولايات المتحدة الأمريكية العسكرية لا بدّ لها من سلاح من نوع آخر، يهدف إلى تحقيق مفاهيم على شاكلة «التنميط» و«الغزو الثقافي»،

(*) نشرت هذه الدراسة، في: المستقبل العربي، السنة ٣٥، العدد ٤٠٧ (كانون الثاني/ يناير ٢٠١٣)، ص ١٤١ ـ ١٥٧.

(**) عضو هيئة التدريس بقسم العلوم الإنسانية، وأستاذ الإعلام والاتصال، جامعة تبسة ـ الجزائر.

و«تشكيل الصور الذهنية»، ما يجعل السينما من الأسلحة الناعمة الفتّاكة. ولعل الحرب، سواء المعلنة أو الخفية، على الإسلام و«كل مخرجاته» هي أوضح مثال على استخدام السينما لأغراض بعيدة من البراءة أو القيم الإنسانية السامية، وها هي كل الشواهد تؤكد وجود اتفاق عرفي على تقديم المسلم والإسلام في أسوأ التجليات، حاصرة دور المسلم في التقتيل والترهيب واصفةً إياه بالتخلّف، والجهل والسعي وراء الملذات... كما توحي تلك الأفلام عن طريق التلميح، والتصريح أحياناً، بأن فرصة تَقدُم المجتمع الإسلامي لا يمكن أن تتم إلا عن طريق ثقافة أوروبية وأموال أجنبية[1]؛ أما عن الإسلام فهو دين يدعو إلى العنف وتعدد الزوجات وضرب النساء... والأمر في غاية الخطورة، لأن إعادة عرض هذه الصور الذهنية بشكل مستمر، قد وحّد الرأي العام الأمريكي والغربي بشأن «شيطانية الإسلام»، ما يقدم مبررات منطقية للزوم محاربته والسعي من أجل القضاء عليه.

إن «الإسلاموفوبيا» مصطلح يختصر عمق التأزم الذي يشوب علاقة المسلمين بالغرب، وهو دليل على قدرة وسائل الاتصال الجماهيرية، وعلى رأسها السينما، على اختلاق مخاوف من أعداء لا نراهم إلا على الشاشة الفضية. هذا وإن كانت صورة المسلم في السينما الأمريكية قابلة للتأويل من طرف المتلقّين، كل حسب أفكاره واعتقاداته وتوجهاته، فإن الدراسة الأكاديمية تقدم تلك الصورة انطلاقاً من مداخل علمية، حتى يتم إثبات كل الذي سبق عن حقيقة تشويه صورة المسلم ومعتقده من خلال السينما الأمريكية التي لا تفتأ تقدم الفيلم تلو الآخر، ملؤه التشويه والتزييف عن الشخصية المسلمة، وكعادتها تموّلها رؤوس أموال يهودية من دون تجاهل بعض التواطؤ العربي، بغية السخرية من الشخصية الإسلامية على وجه الخصوص بصورة مجحفة تدل على التعصب والتزييف والعنصرية، ناهيك عن الأخطاء الساذجة والمتكررة في كل أفلامهم، مثل إعلان الأذان بعد شروق الشمس، أو صلاة الجماعة أثناء رفع الأذان، ووضع آيات القرآن الكريم خلف المذابح... وغيرها من السخافات المتعمدة ونحن نلجأ في الكثير من الأحيان إلى الاحتجاج والاعتراض على هذه الأفلام. وما زاد الوضع تأزماً أن أصبحت الأفلام الأمريكية شديدة القسوة تجاه المسلمين بصورة واضحة بعد أحداث ١١ أيلول/ سبتمبر ٢٠٠١، حيث تأزمت الأوضاع بين المسلمين وأمريكا وأجهرت عداءها أمام الملأ للمسلمين، فتوجهت إلى أضخم مدينة للإنتاج السينمائي إلى «هوليوود»

---

(١) أحمد بن راشد بن سعيّد، **قولبة الآخر: قصة التشويه الحضاري والاغتيال الإعلامي للمسلم والعربي** (عمّان: المكتبة الوطنية، ٢٠٠٠)، ص ٤٧.

محط أنظار الملايين من سكان العالم، وحاولت جاهدة استغلال هذه الوسيلة وتكريس مبالغ مالية ضخمة، إلى جانب نوع من التواطؤ العربي قصد تبليغ رسالة صريحة ملؤها التزييف والتشويه إلى الغرب والوطن العربي عن المسلمين، فكثّفت إنتاجها عقب الهجمات الإرهابية التي استهدفت مقر مركز التجارة العالمي بقلب أمريكا، واتسمت أفلام هذه الفترة بالحقد والتزييف بغية تغيير وترسيخ نظرة مزيفة للغير عن المسلم. ولمعرفة الصورة التي روّجتها الأفلام الأمريكية عن المسلم نستعين في هذه الدراسة بمقاربة التحليل السيميولوجي للأفلام، باعتبار الفيلم منتُوجاً ثقافياً واجتماعياً، يحتوي دوالّ ظاهرة ومدلولات ضمنية، بحيث سنقُوم باكتشاف مختلف العناصر والدلالات والمعاني المتعلقة بالمسلم في الأفلام الأمريكية. وللوصول إلى معرفة هذه المعاني والدلالات سنقوم بطرح الإشكالية التالية في شكل سؤال مركزي وجوهري عام: ما هي مختلف الدلالات والرموز التي وظّفها الإنتاج السينمائي الأمريكي في تقديم صورة عن المسلم؟ ولإثراء الإشكالية المطروحة سنقوم بطرح مجموعة من التساؤلات التي تمثل ركائز أساسية لتفكيك هذه الإشكالية وتتمثل بما يلي:

- ما هي المعاني والرسائل الضمنية التي نقلت للمشاهد عن المسلم في الأفلام الأمريكية؟

- كيف عبّرت الأفلام الأمريكية عن المسلم والإسلام؟

- هل كانت الصور الموظفة للمسلم انعكاساً للتوجه السياسي الأمريكي (عقب أحداث ١١ أيلول/ سبتمبر ٢٠٠١).

- كيف تم توظيف المسلم في فيلم Traitor (الخائن)؟

- ما طبيعة الصورة التي عكسها مضمون فيلم The Kingdom (المملكة) عن المسلم؟

أهمية الدراسة

نظراً إلى ما تكتسيه الصورة من أهمية في الإنتاج السينمائي ودورها، ولأنها تعدُّ من التقنيات الأساسية للتواصل في نقل المضامين الظاهرة والكامنة في وسائل الإعلام، المختلفة، بخاصة السينما، فإن دراستنا هذه تكتسي أهميتها كونها تحاول دراسة نمط اتصالي مميز في نقل الأفكار والمعلومات والتعبير عن الآراء ووجهات النظر المختلفة.

كما ترتبط أهمية هذه الدراسة أساساً بما أفرزته أحداث ١١/ ٩/ ٢٠٠١، من تأزم الوضع بين الولايات المتحدة الأمريكية والمسلمين. وتكمن أهمية هذه الدراسة أساساً بموضوع المسلم في السينما الأمريكية، إذ إنه لتحديد هذا الموضوع تكون المهمة صعبة، نظراً إلى تداخل وتعقد عدة عوامل في تناول هذا الموضوع، وأبرزها نقص الدراسات في هذا المجال.

أهداف الدراسة

ترمي هذه الدراسة إلى استخلاص وكشف معالم الصورة المرسومة للمسلم عبر الفيلم السينمائي الأمريكي، وهذا من خلال:

ـ استنطاق مختلف المعاني والدلالات الخفية في الأفلام الأمريكية عن المسلم محل الدراسة، بقراءتها قراءة خاصة بتفكيك الرموز والدلائل وتحليل الرسائل الأيقونية واللسانية.

ـ إظهار مختلف المحاور والمواضيع المتعلقة بالمسلم في السينما الأمريكية، ومعرفة كيف تناولت الأفلام الأمريكية شخصية المسلم عن طريق الكشف عن أهمية الصورة السينمائية في تبليغ الأفكار والمضامين الأيديولوجية.

ـ التطلع إلى معالم وخصائص الصورة الموظفة للمسلم في الأفلام الأمريكية.

ـ محاولة الكشف عن الدوافع الكامنة وراء تقديم هذه الصورة عن المسلم.

ـ الكشف عن الخلفيات الأيديولوجية التي يحملها الخطاب الفيلمي للأفلام الأمريكية عن المسلم.

منهج الدراسة

تهتم وسائل الإعلام بإنتاج رسائل ضمن أنساق دالّية محددة، وهي رسائل تحمل في طياتها معاني ضمنية مختلفة يغفل عنها المتلقي، وهي في الحقيقة مرتبطة ببعض المدوّنات الداخلة في تكوين البيئة التي نشأ فيها هذا المتلقي، فمثلاً: عندما نشاهد حدثاً في فيلم، فلا نشاهد ذلك الحدث خاماً، ولكن نشاهد رسالة حول ذلك الحدث، بإمكاننا قراءة ذلك الحدث وتأويله، ولكن نغفل المحاكاة والمعاني التي من خلالها نقرأ ونؤوِّل[٢].

---

(٢) سعيد بومعيزة، «الرسائل والمعاني،» **المجلة الجزائرية للاتصال** (معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر)، العدد ١٣ (كانون الثاني/ يناير ـ حزيران/ يونيو ١٩٩٦)، ص ١٩٨.

لهذا نجد أن في تحليل رسائل وسائل الإعلام وخطابات معانيها أهمية كبيرة، وهذا من أجل فهم الهدف من بث هذه الرسائل. ولما كان موضوع الدراسة يهدف إلى الكشف عن الخفايا الضمنية والظاهرة التي تروّجها الأفلام الأمريكية عن المسلم، ارتأينا أنه للإجابة عن إشكالية الدراسة والتساؤلات المطروحة، علينا البحث واستخدام مقاربة التحليل السيميولوجي، إذ بواسطته نتمكن من الوقوف على الدلالات الخفية والمعنى الباطني للرسائل الإعلامية، ونسعى إلى كشف أهمية وظيفة الصورة باعتبارها أداة إعلامية، بالإضافة إلى تقنيات ومؤثرات أخرى تحمل أبعاداً دلالية. ولتحليل هذه الأفلام يجب استخدام الأدوات والتقنيات التالية: الأدوات **الوصفية**، الأدوات **الاستشهادية**، الأدوات **الوثائقية**.

تختلف طرق تحليل الأفلام باختلاف الهدف الذي تصبو إليه الدراسة، ويتم ذلك باختيار طريقة التحليل التي تشمل عملية الوصول إلى الهدف الرئيسي، واستخراج وحدات التحليل؛ لذلك اعتمدنا على المدخل السيميولوجي، وهو أكثر المداخل صلة بمجال تحليل الأفلام السينمائية. وهذا التحليل لا يترك الكثير من التفاصيل الخاصة بالزوايا الاجتماعية والثقافية والسيكولوجية والسياسية، ويرتكز ويهتم باللّغة وكيفية التعبير عن الدلائل، وبخاصة أن الفيلم عمل فني مستقل قادر على توليد النص (تحليل نص)، يُقيم دلالات على منهج سردي (تحليل روائي) ومعطيات بصرية وصوتية (تحليل أيقوني)[٣]؛ لهذا فإن مقاربة التحليل النصي تُعتبر المقاربة الأكثر ملاءمة لطبيعة الدراسة. يقول كلٌّ من «جاك أومون» (Jaques Aumont) وماري ميشال (Marie Michel) في كتابهما **تحليل الأفلام**: «إن التحليل النصّي يرتكز أساساً على اعتبار الفيلم نصاً، وهو الذي يحدد أساس الفيلم في تحليله»[٤]. والنصّ الفيلمي هو نتاج تركيب (Combinaison) عدة شفرات (Codes)[٥] تختلف طريقة توظيفها وإعدادها من متكلم إلى آخر[٦].

يقُوم التحليل النصّي على اعتبار الفيلم نصاً، وهذا النص يتكوّن من ثلاثة مفاهيم أساسية، هي: **النص الفيلمي**، وهو الفيلم كوحدة خطاب، **والنظام النصي**، وهو خاص لكلّ فيلم يحدّد للنص النموذج البنيوي للغرض الفيلمي، إلى جانب الشيفرة الفيلمية،

---

(٣) Jaques Aumont et Michel Marie, *L'Analyse des films* (Paris: Nathan Université, 1989), p. 7.

(٤) المصدر نفسه، ص ٦٦.

(٥) تستخدم اللغة السينمائية شفرات خاصة بها، تسمى شفرات خاصة (Code spécifique)، وشفرات أخرى مشتركة بين السينما واللغات الأخرى وبالبيئة الاجتماعية وتسمى شفرات غير مختصة(Code non spécifique).

(٦) محمود ابراقن، **المدخل إلى سيميولوجيا الاتصال** (بنغازي، ليبيا: [د. ن.]، ١٩٩٥)، ص ١٢.

ويشير التحليل النصي للأفلام أيضاً لدراسة الكتابة والخطاب الفيلمي من خلال دراسة نسقه، ومكوناته، ووظائفه، وهذا للوصول إلى تفسير المعنى المنتج من خلال هذه الكتابة، أو كما قال عنه «كريستيان ماتز» (Christien Metz): إنه عندما نتكلم فإننا نتكلم عن الفيلم كخطاب دالٍّ بتحليل بنيته الداخلية ودراسة مظاهره وأشكاله الداخلية، وبخاصة أن الصورة السينمائية تشتمل على مظهر خارجي، يمثّل المعنى التعييني للرسالة، كما يشتمل على المضمون الداخلي الذي يحمل معاني ضمنية.

التحليل الفيلمي

يُقصد بتحليل الفيلم تجزئة بنيته إلى مكوناتها الأساسية، ثم إعادة بنائه لأهداف تخدم التحليل، ولهذا يجب في هذا السياق، الانطلاق من النص الفيلمي (Le Texte filmique)، وذلك لتحديد العناصر المميزة للفيلم، وبعد تجزئة الفيلم يتم تأسيس الروابط (les liens) بين مختلف العناصر المعزولة[٧].

أولاً: دائرة التحليل النصّي

ولد مفهوم التحليل النصي ليضع حدّاً للأخطار التي تحدق بالتحليل الفيلمي من جراء الكمّ الكبير من الأدوات المستخدمة في التحليل، ويؤكد جاك أومون أن أهمية التحليل النصّي تنبع من الآتي:

يطرح التحليل النصّي، وبخاصة مدلول النص، سؤالاً عن «وحدة العمل وتحليله»[٨]، كما يرتبط مفهوم التحليل النصّي بمفهوم آخر على قدر من الأهمية، وهو مفهوم: البنيوية. وفي ما يلي لمحة عن وجه التقابل بين المفهومين:

١ ـ البنيوية والتحليل النصّي

انتهت كلمة البنيوية في الستينيات لتدل على كل ما هو ثقافي، لذلك دخلت نظريات الفيلم وتحليله باعتبارها ثقافة ضمن مجال اختصاص البنيويين، وكان اهتمام البنيويين منصباً على الأفلام السينمائية انطلاقاً من مدلول البنية في حدّ ذاتها، التي تبحث في البنية الكامنة للإنتاج المعيّن بغرض تفسير شكله الظاهر. ولعل المفكر البنيوي

(٧) فايزة يخلف، «خصوصية الإشهار التلفزيوني الجزائري في ظلّ الانفتاح الاقتصادي: دراسة تحليلية سيميولوجية،» (أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ٢٠٠٦)، ص ٨.

(٨) Michel Marie, *Lecture du film* (Paris: Albatros, 1976), p. 54.

الشهير «كلود ليفي ستروس» يعدُّ أول من انتبه إلى أهمية دراسة البنى الداخلية للأعمال الإبداعية، وبخاصة في دراساته حول الأساطير التي كانت إلى وقت قريب تعتبر أعمالاً اعتباطية، ولكنها حسب المفكر البنيوي ذات دلالات عميقة.

ينطبق التحليل البنيوي على كل الإنتاجات الهامة ذات المعنى، من الأسطورة إلى الشعور، مروراً بالإنتاجات المتّصفة بالمحدودية، والمزيد من التعريف التاريخي التي هي الأعمال الإبداعية الأدبية والفنية (الأفلام مثلاً). والتحليل النصي للفيلم يشتق حسب «ليفي ستروس»، بدون أدنى شك من التحليل البنيوي(٩).

٢ ـ الفيلم السينمائي باعتباره نصّاً

إذا نظرنا إلى الفيلم السينمائي باعتباره نصاً إبداعياً مؤلفاً فإننا نقف على جملة من الأمور المهمة في التحليل؛ فيستعير التحليل الفيلمي من علم الدلالات البنيوية المفاهيم الأساسية التالية: **النص الفيلمي، المنظومة النصية، الشيفرة الفيلمية.**

أ ـ **النصّ الفيلمي** هو كلٌّ مركّب من مجموع رموز ودلالات اللغة السينمائية، ويتميز بكونه يعبّر عن «وحدة الخطاب» في الفيلم.

ب ـ **المنظومة النصّيّة** الفيلمية الخاصة بكل نصّ تدل على نموذج لبنية هذا البيان الفيلمي.

ج ـ **الشيفرة في الفيلم** السينمائي هي منظومة العلاقات والفروق، وهي أعمّ من المنظومة النصيّة.

وتمتاز الشيفرة الفيلمية ضمن التحليل الفيلمي النصّي بأهمية متعاظمة، فالتسليم بوجود رموز وشيفرات داخل الفيلم هو من أهم الأسس التي يبني عليها المحلّل السينمائي تحليله(١٠).

٣ ـ خطوات التحليل النصّي

سوف نعرض في ما يلي أهم الخطوات التي يمكن أن يتابعها المحلّل المستعمل لدائرة التحليل النصي، وهي: (١) اكتشاف شيفرة الفيلم؛ (٢) إكمال التحليل والوصول

---

(٩) Claude Levi-Strausse, *La Pensée sauvage* (Paris: Plon,1962), p. 25.

(١٠) Aumont et Marie, *L'Analyse des films*, p. 70.

به إلى مرحلة «التحليل غير قابل للانتهاء»؛ (٣) الدقة في اختيار مقاطع التحليل؛ (٤) تحليل بدايات الأفلام، لأنها تشكّل مناحي تعريفية للسرد الفيلمي[١١].

وكلها خطوات عملية ذات أبعاد مهمة في عملية التحليل الكلية التي تتشكل من ارتباط كل العناصر والدوائر والأدوات. وعلى الرغم مما يوفره التحليل النصي من إمكانات تحليلية مدهشة إلا أنه لاقى الكثير من الانتقادات من قبل مجموعة من المهتمين بالتحليل الفيلمي... ولعل أهم هذه الانتقادات ما يلي:

ـ اقتصار التحليل الفيلمي النصّي على السينما السردية، وهو غير مناسب لما سمّي بالسينما التجريبية.

ـ إنه يشجّع حب التشريح من أجل التشريح.

ـ يتناسى سياق الإنتاج والتلقي الذي اقتطع منه الفيلم السينمائي.

ـ وأخيراً، فهو يعرّض الفيلم إلى خطر الاختزال الكلّي في المنظومة النصية[١٢].

ثانياً: دائرة التحليل الروائي

الرواية والفيلم

ترجع علاقة الفيلم بالرواية إلى سنوات بعيدة. وبرغم ظهور السيناريو كنصّ مكتوب للسينما، إلا أن هذه العلاقة مهيأة للاستمرار، وتحمل معها أسباب ديمومتها، لاعتبارات التلاقي بين دفتي كلٍّ من الرواية والفيلم، ثم بسبب كون السينما فنّاً يشكّل ملتقى لكل الفنون الأخرى، بما فيها فن الرواية. ولقد كان كل من «جورج ميليه» و«غريفث» أول من وطد أواصر هذه العلاقة، وعملا على تطويرها منذ مطلع هذا القرن وقد تلاهما عدد كبير من مشاهير المخرجين، ومن ضمنهم «بودوفكين» و«فورد» و«كيروساوا» و«ريفيه كلير»، فنقلوا إلى الشاشة أعمالاً روائية معروفة.

وهكذا استطاع المتفرج أن يشاهد أفلاماً عديدة، كانت كتابات أدباء كبار، مثل «تولستوي» و«همنغواي» و«ديكنز» و«جيس جوريس» على سبيل المثال أساساً لها. وكذلك الحال على الصعيد العربي، إذ أخذت أواصر هذه العلاقة تتوطد مع

---

(١١) المصدر نفسه.

(١٢) المصدر نفسه.

الزمن، واتجه عدد كبير من المخرجين إلى كتابات أدباء مثل نجيب محفوظ وإحسان عبد القدوس وغسان كنفاني وغيرهم؛ بيد أن مخرجي السينما، والنقّاد على حدٍّ سواء، لم يتوقفوا عن إبداء الرأي بشأن هذه العلاقة. وليس بغائب عن الأذهان الأشكال الروائية الحديثة، واستفادتها من السينما، والعكس كذلك صحيح، وقد حدث بالفعل، ولا عجب في هذا، إذ كما يقال فإن هناك قواعد للغة السينمائية، ولها أسلوبها كذلك.

كما هو معلوم أيضاً، فلقد جرت محاولة تعريف بعض عناصر هذه اللغة بالرجوع إلى المصطلح الأدبي، بغية إيجاد المعادلات بين الفيلم والرواية. فالمقطع على سبيل المثال في السينما، يواجهه الفصل في الرواية، والمشهد تواجهه الجملة، والحبكة يواجهها المونتاج، والكلمة تواجهها الصورة... إلخ؛ أي أنها علاقة حميمة، قائمة على مبدأ الإفادة والاستفادة. مبدأ الأخذ والعطاء، واستيعاب الفنون لبعضها بعضاً، بحثاً عن صيغ جمالية جديدة، تتوافر على أسباب أكثر قدرة كوسيط تعبيري للوصول إلى المتلقي، الذي هو القارئ (في الرواية) والمشاهد (في الفيلم).

لقد اختلف المخرجون، فقال بعضهم بأفضلية الاعتماد على نصوص أدبية ضعيفة، وذلك لإمكانية تجاوزها عند المعالجة الفيلمية، بينما قال البعض الآخر بأفضلية الاعتماد على نصوص أدبية مرموقة لها شهرتها، ذلك لأنها من وجهة نظرهم سترتفع بالفيلم إلى أعلى المستويات.

وسواء أخذنا بهذا الرأي أو ذاك، فإنه من المعلوم، بعد أن اتضحت حدود لغة السينما، أن أي فيلم يكتب له النجاح، إنما بسبب السيناريو، سواء أعدَّ هذا عن رواية، أم كتب خصيصاً لإخراجه بدون الاعتماد على رواية معينة.

ويمكن أن نضيف قول «أندريه بازان»: إن الفيلم ليس مجرّد تصوير للرواية، كما أن الإعداد التام لا يعني التنازل عن الحرفية السينمائية تحت ذريعة الأمانة في الترجمة. فالسينما ليست «مجرّد تصوير»، «إن السينما فن قائم بذاته»: مصير تلك المقولات الهامة «للأدب معادله السينمائي» و«لا يمكن للسينمائي أن يعتمد على الوصف، كما يفعل القصصي»: بل يقول «إرنست لند»: «إنه يجب عليه أن يقدّم عرضاً خلّاقاً لأحداث تقع فعلاً»، ولا يكفي أن يصف الشخصيات، بل «يجب أن يقدمها من خلال أعمالها»[١٣].

---

(١٣) ابراقن، المدخل إلى سيميولوجيا الاتصال، ص ١٨.

ثالثاً: دائرة التحليل الأيقوني (السمعي ـ البصري)

ينبغي أن نلاحظ أولاً أنه من المستحيل تقريباً تحليل رواية فيلمية تحليلاً مضبوطاً بدون أن ندخل اعتبارات مرتبطة بالوجه البصري لهذه الرواية، بل إن أساس التحليل الفيلمي هنا يتم من خلال: قوة السرد الفيلمي؛ يقول «كولكر»: «التعبير عن الواقعية عبر الصورة، لم يعد تعبيراً تجريدياً فحسب، بل هو تعبير للفهم، وإدراك الصلة بيننا، أنا، وأنت والآخر، وهذا العالم الذي يتجسم ويختزل أمامنا كل يوم عبر الصور الرقمية التي لا ينقطع مدها»(١٤).

يحيلنا مصطلح «تعبيرية الصورة» على منطقة أخرى في القراءة الفيلمية والتحليل السينمائي، هي «قوة السرد»؛ وتنطلق هذه من حقيقة ما يقوله الفيلم أو ما يرويه، وعند الوصول إلى هذه المنطقة نكون قد وصلنا إلى شبكة المرويات ضمن بُنى السرد، والسرد ـ بحسب كولكر ـ هو «بناء أو معمار القصة، وبمقدار عنايتنا بتتبع بُنى السرد وشبكة المرويات في الفيلم السينمائي، فإننا بصدد قراءة الحبكة وتحليلها لأن الاقتراب من الحبكة ببساطة شديدة هو اقتراب من الآلية التي بموجبها يتم توزيع الأحداث الفيلمية أو القصصية أو الروائية على مسار الزمن.

إن الصورة السينمائية بدورها تحتوي على معنى تعييني للرسالة، وعلى معنى تضميني (مضمون داخلي للرسالة)، وهي تعكس سياقاً مرتبطاً بالبيئة الاجتماعية والثقافية التي أُخذت منه؛ ويُعتبر «رولان بارث» (Roland Barthe) أول من وضع منهجية التحليل السيميولوجي للصورة، وهي عنده تقوم على مستويين: التعييني (Dénnotation) والتضميني (Connotation)؛ يتعلق النظام الأول بالمستوى التعييني بين الدال والمدلول في خضم الدليل، أما المستوي الثاني، التضميني فيرتكز على العلاقة التي تربط الدليل (دال + مدلول) بالمحيط الخارجي، أي يرتبط بالنظام الاجتماعي وبالسياق الثقافي والسوسيوثقافي(١٥).

كما أن التعبير عن هذه المستويات يتم من خلال القيام بعملية تحليلية نصيّة لفيلمَي «المملكة» و«الخائن» باتباع أدوات التحليل الفيلمي أولاً ثم تحليل الصورة، ففي المستوى التعييني نقوم بتحديد ووصف شريط الصورة، اللقطات وشريط الصوت، أما

---

(١٤) ج. كولكر، الفيلم: الشكل والثقافة (دمشق: دار الفرات، ٢٠٠٢) ص ١٢٣.

(١٥) Joly Martine, *Introduction à l'analyse de l'image* (Paris: Nathan Université de France, 1994), pp. 71-72.

في المستوى التضميني فسوف نتطرق إلى تحليل الشيفرات البصرية كحركات الكاميرا وزاويا التصوير وسلّم اللقطات ودلالات الصورة، بالإضافة إلى تجسيد الشيفرات (المدوّنات) السينماتوغرافية، والتعمُّق في معاني الصورة والقيم الرمزية والأيقونية، وسنركز أيضاً على المستوى الألسني (على الجانب اللغوي) باهتمامنا بالنصّ الفيلمي، سواء كان في شكله المنطوق أو في صيغة بيانات مكتوبة، ثم نقوم بشرح وتفسير الأبعاد الدلالية والمعاني غير المباشرة للنصّ الفيلمي.

بعد كل هذه المراحل، يمكن استخراج المعنى التعييني للفيلم، أي الشكل الجلي للعيان، أمّا التحليل التضميني فيُمكن كشفه من خلال ربط الجانب الكمّي المتمثل في التقطيع (التجزئة) ووصف صور الفيلم بالبعد الأيديولوجي والتضميني وتحديد التفاعلات التي تحدث بين وحدات التحليل فيما بينها، وبالتالي الوصول إلى معرفة مختلف المعاني والدلائل المتعلقة بصورة المسلم في السينما الأمريكية.

رابعاً: عيّنة الدراسة

لإنجاز هذه الدراسة لا بد من تحديد العيّنة التي تُعرَّفُ أنها «عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة، يتمّ اختيارها بطريقة معيّنة وإجراء الدراسة عليها، ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي»[١٦]. وطبقاً لطبيعة الموضوع المدروس يكون تحديد مفردات العيّنة مرحلة هامة في البحث، على أن المفردة هي «عبارة عن أحد المفردات أو المُشاهدات التي تم اختيارها ضمن العيّنة، وبالتالي فإنها تدخل ضمن الدراسة»[١٧]؛ وعلى هذا الأساس فإن موضوع دراستنا يتناول «المسلم في السينما الأمريكية»، ومجتمع البحث في هذه الحالة يتمثل في الأفلام الأمريكية التي تناولت موضوع المسلم، أما بالنسبة إلى موضوع العيّنة فهي عيّنة قصدية عمدية، تم اختيارنا لفيلمين مهمين يتناولان الإسلام والمسلمين وهما «الخائن» (Traitor) للمخرج «جيفري ناشمانوف» (Jeffrey Nachmanoff) و«المملكة» (The Kingdom) نظراً إلى بعض السمات والأوصاف التي تَخدُم الدراسة وأهدافها. لقد قمنا باختيار مجموعة من الوحدات بصورة مباشرة قصدية، خاصة وأن طبيعة التحليل

---

(١٦) محمد أبو نصار [وآخرون]، منهجية البحث العلمي: القواعد والتطبيقات، ط ٢ (عمّان: دار وائل للطباعة والنشر، ١٩٩٩)، ص ٨٤.

(١٧) المصدر نفسه، ص ٨٤.

السيميولوجي تتطلب ضرورة تحديد أطر التحليل باختيار دقيق للموضوع؛ لذا اخترنا هذين الفيلمين بأسلوب تحكمي وقصدي، نظراً إلى الاعتبارات التالية:

١ ـ فيلم الخائن

ـ فيلم الخائن هو فيلم تمّ إنتاجه عام ٢٠٠٨ للمخرج جيفري ناشماناوف بطولة «دون شادل» (Don Cheadle) ذلك الشاب الأسود، فيلم يبهرك ويجذبك إليه من أول لقطة. وعلى الرغم من طول مدة الفيلم إلا أنك لا تشعر بالملل نهائياً؛ الفيلم يحكي قصة «سمير هورن» المسلم الأمريكي، السوداني الأصل، المتابع من طرف وحدة المباحث الفدرالية للمهمات الخاصة برئاسة روي كلايتون، بتهمة التعاون مع منظمة دولية خطيرة وتزويدها بمتفجرات متقدمة، والوقوف وراء مجموعة من التفجيرات بأوروبا وأمريكا ومحاولة القيام بعملية واسعة على الأراضي الأمريكية.

ـ لأن الفيلم له علاقة مباشرة بموضوع الدراسة.

ـ كون المخرج ذا ديانة يهودية، وبذلك سنحاول إبراز الصورة التي يطرحها عن الإسلام والمسلم بصفة خاصة.

ـ يعتبر أول فيلم من أفلام ما بعد ١١ أيلول/ سبتمبر ٢٠٠١، يتناول قصة الإرهاب ومحاربة الإرهاب من منظور يختلف عن المنظور الشائع الذي يجسّد ثنائية «نحن وهم»، و«من ليس معنا فهو ضدنا» أو انقسام العالم إلى فسطاطين. فهو بمقاييس هوليوود من أفلام الجاسوسية والإثارة، ولكن فيه دعوة مباشرة إلى التفكير، ولا يقدم إجابة قطعية ونهائية، كما أنه يعالج وجهة النظر الغربية للمسلم.

ـ كما أن الفيلم لقي عدة انتقادات، وهو ما أدى إلى إثارة زوبعة إعلامية حول الصور التي تناولها الفيلم عن المسلم والكيفية التي عولج بها؛ كما أثار عرضه عدة نقاشات وانتقادات حول المضمون الذي احتواه الفيلم. يصور فيلم «الخائن» الذي يستمر لمدة ١١٤ دقيقة «دون شادل»، أو «سمير هورن» كما يسميه الفيلم على أساس أنه ولد لأب سوداني وأم أمريكية، ونشأ في السودان مسلماً تحت رعاية والده الشيخ التّقي، الذي يظهر في الفيلم كما لو أنه شيخ أنصاري من دارفور. ومن دون مقدمات وفي مشهد هوليوودي مثير، يقرر كاتب السيناريو أن يقتل ذلك الشيخ الورع شرّ قتلة، حيث يلقى مصرعه في انفجار سيارة مفخخة في مكان ما في السودان. ويشاهد «سمير» ابن الثامنة، المشهد المروّع لمقتل أبيه. ودونما إيراد حيثيات معروفة تقرر الأم الأمريكية أن تأخذ

ابنها وتعود إلى أمريكا لتستقر في شيكاغو، ويدخل ابنها المدرسة، وينشأ نشأة أمريكية، وإن ظل **مسلماً** ملتزماً قلبه مفعم بالإيمان، ولفظه مزين بالاستشهاد بالقرآن.

٢ ـ فيلم المملكة

إخراج: بيتر بيرغ (Peter Berg)، تاريخ الإنتاج: نيسان/ أبريل ٢٠٠٧، المنتج: شركة يونيفرسال بكتشر (Universal Picture).

ـ لأن الفيلم له علاقة مباشرة بموضوع الدراسة، إذ يصور فيلم «المملكة» شخصية ذلك المسلم المتطرف وزعيم التنظيم الإرهابي، جسّدها في الفيلم المخرج بيتر بيرغ في شخصية أبي حمزة، وهو اسم اقتبسه المخرج من الثقافة الإسلامية، حيث أن أبا حمزة يقوم بعملية تفجيرية ينفذها أفراد جماعته المسلحة، أمام أنظاره تستهدف مجمعاً سكنياً للرعايا الأمريكيين في الأراضي السعودية. وبعد نجاح العملية، يصور المخرج للمشاهد مدى همجية هذه الشخصية المسلمة المتطرفة واستهدافها الأبرياء، ومدى عدائها وكرهها للشعب الأمريكي، ليتطرق بعدها إلى تنشئة الأطفال المسلمين تنشئة ملؤها التطرف، وترسيخ قيم العنف والحقد والكراهية تجاه أمريكا والأمريكيين، ومن جهة أخرى يصور لنا المخرج مدى براعة الشخصية الأمريكية في مواجهة الإرهاب وحبها للأمن والسلام.

ـ نظراً إلى الحملة الإعلامية الواسعة من طرف وسائل الإعلام حول الفيلم بخاصة عبر شبكة الإنترنت ولما لقيه الفيلم من رواج على المستويين الغربي والعربي.

خامساً: نتائج التحليل

بعد قيامنا بتحليل فيلمي «الخائن» و«المملكة» تحليلاً تعيينياً وتضمينياً، توصلنا في الختام إلى النتائج العامة التالية:

١ ـ طرح فيلم «الخائن» صورة المسلم من وجهة النظر الغربية، كيف يكون، وكيف يجب أن يكون! فهو خائن وماكر، ويتخلى عن تعاليم دينه ومبادئه في أتفه المواقف، في حين نجد أن فيلم «المملكة» تطرّق إلى شخصية المسلم، وقدّمها على أنها شخصية همجية شريرة وعنيفة تحب سفك الدماء واستهداف أرواح الأبرياء وبخاصة الأمريكيين، الذين تكنّ لهم عداءً وكرهاً شديدين.

٢ ـ تطرّق فيلم «الخائن» إلى المسلم على اعتبار أنه بارع في استهداف الأبرياء، ويفضّل العنف والقتل على السلم والأمان، في حين عمّم فيلم «المملكة» بصورة جلية على المسلمين جميعاً أن أمريكا تعطي المسلمين السلام والأمن ليقابلوها هم بالعنف والقتل واستهداف أرواح أبنائها.

٣ ـ قدّم المخرج من خلال فيلم «الخائن» أربع نقاط أساسية جسدّت النظرة الغربية للمسلم، بخاصة إذا علمنا من يكون المخرج (يهودي):

ـ أن المسلم خائن ولا يمكن أن يؤتمن، وهو يتّصف بالغدر والخداع.

ـ أن المسلم يتّصف بالكذب، فهو مستعد لأن يكذب حتى في أتفه المواقف.

ـ أن المسلم عنيف، ويحب سفك الدماء، ويحرص على قتل الأبرياء، بخاصة إذا كانوا أمريكيين (يتجلى ذلك من خلال أسف سمير وتظاهره بذلك متحسراً على قلّة عدد القتلى في السفارة الأمريكية).

ـ إن شخصية المسلم يتم بناؤها منذ الصغر وهي متأصلة على قيم العنف والقتل والانتقام.

٤ ـ يشترك الفيلمان في نقطة واحدة، فهما قدّما صورة الرجل الأمريكي المحب للسلام والأمن، وأنه يؤدي مهامه بإتقان ورسالته نبيلة، كما حرص الفيلمان على تقديم فكرة أن المسلمين جميعاً يكنّون عداءً صريحاً وكرهاً شديداً لأمريكا والأمريكيين، وهذا ما يُرسِّخُ فكرة كره المسلمين لدى شعوب العالم، بخاصة الأمريكيين أنفسهم.

٥ ـ كما تطرّق الفيلمان إلى موضوع أطفال المسلمين والتنشئة الإسلامية للطفل، حيث طرح فكرة أن الأطفال المسلمين يتعلمون الإرهاب والعنف منذ الصغر ويحبذون القتل والاعتداءات التي يقوم بها آباؤهم، وأن الآباء المسلمين يستغلون هذه الفئة الفتية والعقول النيّرة ليزرعوا فيها كره الأمريكيين ليصبحوا إرهابيين في المستقبل من خلال تشبّع هؤلاء الأطفال بقيم الحقد والكراهية.

٦ ـ لقد كان لنوعية اللقطات التي صوّرتها الكاميرا، وحركات هاته الأخيرة، دور كبير وهام في عملية تقديم شخصية المسلم من وجهة النظر الغربية، حيث ركّز المخرج «جيفري ناشمانوف» في فيلمه «الخائن» على اللقطات المقرّبة ولقطة الجزء الصغير والاهتمام بالشريط الصوتي (الحوار). وركّز المخرج «بيتر بيرغ» في فيلمه «المملكة» هو الآخر على اللقطة المقرّبة حتى الصدر ولقطة الجزء الصغير بالتركيز على ملامح

وإيماءات الوجه، فالكاميرا في كلا الفيلمين كانت مقصودة، وتحمل رسالة ضمنية عكست عن قصد المعاني والمقاصد الخفية لمضمون اللقطات.

٧ ـ من دون أن يخلو فيلم «الخائن» من عنصر نسائي فقد وظّف المخرج دور خليلة الشاب المسلم، وقد جسّدته في الفيلم الممثلة الهندية الحسناء أرشي بنجابي، وهذا ما يتناقض تماماً مع حقيقة الشخصية المسلمة، إذ إن دين الإسلام يرفض كلياً أن يقيم أي شخص مسلم علاقة مع امرأة بدون أن يكون هناك عقد قران شرعي وهو مفهوم لا يستقيم مع صورة البطل الإسلامي.

٨ ـ رغم حرص المخرج على أن يكون الفيلم «الخائن» محكماً من حيث البنية الفنية والتقنية نجده تضمّن خطأً تقنياً ساذجاً جداً؛ ففي المشهد الأول من المقطع الأول في الفيلم وقع المخرج في خطأ، هو مشهد الصلاة عند وقوف الابن إلى يسار الأب في الصلاة، في حين أن الأب هو الإمام! وكلنا يعلم أن الإمام في الصلاة التي تجمع بين اثنين فقط يكون واقفاً إلى يسار المأموم وليس إلى يمينه. ووقع في خطأ آخر هو عندما فرش والد سمير، المسلم التقي، سجادة الصلاة «بالمقلوب» جاعلاً قبة المسجد تشير إلى القدمين.

٩ ـ ما يميّز فيلم «المملكة» من فيلم «الخائن» هو أنه ذو صبغة واقعية للغاية، وما يؤكد هذا الطرح هو معالجته لحادثة مأخوذة من الواقع وقد حدثت فعلياً (تفجيرات الخبر ١٩٩٦ بالسعودية) واعتمد على أفلام وثائقية ورسوم توضيحية مرتبطة بعلاقة الأمة الإسلامية (السعودية) بالأمريكيين (واشنطن).

يدخل هذا الفيلم ضمن ما يعرف بسينما الواقع لأن أحداثه وقعت بالفعل، فهو يصوّر لنا حادثة وقعت في السعودية في زمن ١٩٩٦ أي ما يجب على مخرج هذا الفيلم هو أن يحرص في إعادة هذا الحدث على التحلي بالأمانة والصدق وبثقة في تفاصيل الواقع؛ ونلاحظ بأن المخرج بيتر بيرغ تجاهل تماماً الضحايا السعوديين في هذه الحادثة، وركّز جلّ اهتمامه على الضحايا الأمريكيين.

ـ أما فيلم «الخائن» فقد ركّز على قصة شاب مسلم هدفه الانتقام لروح والده الذي توفي أمام عينيه، وقد اعتمد المخرج في هذا الفيلم على خياله وإبداعه وقدراته على الابتكار بدون أن يتقيد بهذه القصة، وهو ما جعله يعطي تصوّره (اليهودي) لهذه الشخصية المسلمة التي جعل منها طعماً إعلامياً للعديد من أنظار العرب والمسلمين، وحملها بكل معاني الزيف والحقد والكراهية والعنف.

١٠ ـ يقوم السرد السينمائي بشكل أساسي، على عنصر الزمن، فهو من العناصر المحورية له. من خلال الزمن، يمكن للمشاهد أن يتعرّف الفترة الزمنية لوقوع الأحداث، فنجد أن فيلم «المملكة» قد عُرض في شكل فترات زمنية مترابطة باتّباع تفاصيل الأحداث الحقيقية بشكل منطقي بداية من الجنيريك الذي يعد بمثابة شريط وثائقي يطرح فكرة العلاقة الأمريكية ـ السعودية (الإسلامية)، في حين نجد أن فيلم «الخائن» لمخرجه «جيفري ناشمانوف» لم يحدد الفترة الزمنية داخل السرد الفيلمي، عدا كتابة ظهرت في بداية الفيلم على الشاشة (١٩٧٨ السودان)، ثم المشهد الموالي (اليمن في الوقت الحاضر) لكن الصورة لا توحي بذلك، وهذا ما يجعل المشاهد يجهل تماماً في بعض اللقطات والمقاطع الفترات الزمنية للأحداث.

١١ ـ لقد احتوى فيلم «الخائن» من حيث العمران على صورة مشوّهة للبلدان العربية، وبخاصة المسلمة، ويتجلى ذلك من خلال تصويره لليمن، وقد عزز هذه الصورة بعبارات ظهرت على الشاشة (اليمن في الوقت الحاضر) حتى يوضح للمشاهد أن هذه هي اليمن، وها هي جدرانها من التراب ومحلاتها متعفنة ومتسخة، وأناسها لا يزالون بدويين ومتخلّفين، بينما نجد أن فيلم «المملكة» حرص كل الحرص على الاقتراب من الشكل الخارجي للمدن السعودية، فالعديد من المشاهد تم تصويرها في أبو ظبي والإمارات العربية المتحدة، تحرّياً للدقة الهوليوودية، حتى يقدم نقلاً واقعياً عن الأحداث، ولكي يعي المشاهد بأن هذه الصور هي في السعودية.

١٢ ـ افتقر كلا الفيلمين إلى العنصر النسوي، عدا ما تم توظيفه عن قصد؛ ففيلم «الخائن» تعمّد مخرجه توظيف امرأة في دور خليلة وعشيقة لهذا الشاب المسلم، وقد تعمّدها المخرج بغرض تشويه صورة هذا الشاب المسلم التقي المفعم بالإيمان، أما فيلم «المملكة» فقد وظّفها المخرج «بيتر بيرغ»، وأعطى لها دوراً قتالياً رئيسياً، وقد حرص المخرج كثيراً هنا أن يجعل من شخصية المحققة جنيفر غارنر في دور جانيت تبدي حتى نظرة إعجاب برجل خلال الفيلم، فهي ضابط محترف فحسب.

١٣ ـ فيلم «المملكة» ركّز على الضحايا الأمريكيين من التفجيرات في السعودية بدون إشارة تذكر إلى الضحايا العرب والمسلمين، كما قدّم المخرج في هذا الفيلم رسالة الأمريكيين في الشرق الأوسط على أنها رسالة نبيلة، فنجد أن فريق التحقيق القادم من أمريكا سرعان ما غادر فور قتل الزعيم (أبو حمزة).

١٤ ـ ابتدأ المخرج (اليهودي) جيفري ناشمانوف فيلمه «الخائن» بالمصحف الكريم، واختتمه بمشهد صلاة الشاب المسلم (سمير)، وفي ذلك دلالة على أن مضمون هذا الفيلم يحمل تعاليم وقيماً إسلامية محضة، بينما ابتدأ فيلم «المملكة» لمخرجه (بيتر بيرغ) بصورة لشيخ ذي شماغ سعودي أحمر، وانتهى بمشهد يبدأ بوجه طفل صغير، وينتهي بعينيه الحادتين المليئتين بالغضب، في دلالة على الشيخ الذي يمثل صورة للحكمة والولاء ويحظى باحترام وتقدير، ورمزاً للثقة والتقدير، وعلى الطفل الصغير هذا العقل النيّر، حيث استطاع المخرج أن يرسم ملامح الانتقام على طفل وهو في سن البراءة، حيث مرّر الفيلم رسالة من العيار الثقيل على أن الأعمال الدامية التي تستهدف أرواح الأبرياء ويقوم بها المسلمون في أرجاء العالم يورثها الآباء والأجداد للأحفاد والأبناء، ويزرعون فيهم قيم الحقد والكره والعداء الأمريكي.

١٥ ـ صُوِّر المسلم في فيلم «المملكة» على أنه شرس وهمجي يمجِّد سفك الدماء، كما يفضل القتل وجلّ أعمال العنف على السلام، لينقل الفيلم بذلك رسالة إلى المشاهد الغربي والعربي مفادها أن أمريكا تعطي الشعوب (المسلمة) السلام والأمن، في حين يقابلونها بالعنف واستهداف أرواح أبنائها الأبرياء، وتجسد ذلك من خلال المشهد الذي وظّفه المخرج عندما قدّمت المحققة جانيت حبّة الحلوى للطفلة الصغيرة، في حين قابلتها بكُرَيَّة رخامية تستخدم لصنع المتفجرات.

١٦ ـ على صعيد الحبكة يحاول كلا الفيلمين على طريقة أفلام هوليوود، أن يكونا فيلمي إثارة لمن لا يدرك الرسائل السياسية، وفي الوقت نفسه يمرران فيهما رسائل أيديولوجية من العيار الثقيل ملؤها التشويه والتزييف لشخصية المسلم وإلصاق تهم مبالغ فيها وافتراءات كاذبة وظّفها كلا المخرجين على أنها مترسخة في أذهان هؤلاء المسلمين منذ الصغر.

١٧ ـ تضمّن كلا الفيلمين أخطاءً كثيرة فكرية وشكلية، ففيلم «الخائن» احتوى على خطأ تقني ساذج تمثّل في مشهد صلاة الوالد إلى جانب ابنه الذي من المفروض أن يكون على يسار ابنه، لكنه جاء في اليمين. ومشهد آخر يجعل قبة المسجد في السجادة أسفل قدم الشيخ، وهذه الصورة تم توظيفها عن قصد، بخاصة إذا علمنا أن المخرج هو «يهودي» فهو يكنّ عداءً للفلسطينيين، بينما نجد فيلم «المملكة» لا يحسّسك بأنه مصوَّر في السعودية، رغم حرص المخرج على التجسيد الواقعي للحدث ومشهد صلاة الجنود العسكريين التي لم تكن متقنة بالشكل اللازم. ومن جهة أخرى اشترك الفيلمان في سوء استعمال وتوظيف اللغة العربية حيث نجدها

تميل كل الميل في الفيلمين إلى اللهجة المغربية، رغم حرص الممثلين على أن تكون مخارج الحروف بشكل صحيح إلا أن الخلل واضح. فالعربية التي يتكلمونها بلغة ركيكة مصطنعة إلى أبعد الحدود.

١٨ ـ بغضّ النظر على أن الفيلمين تعمّدا تشويه صورة المسلم في العديد من المشاهد وسرد حقائق مزيفة عن الدين الإسلامي والبيئة الإسلامية، إلا أن النظر إليهما كمنتوج سينمائي له صورة مغايرة؛ ففيلم «الخائن» يعدُّ في مجمله فيلماً جيداً، وأداء الممثلين كان ممتازاً، ووظّف المخرج ديكوراً يتناسب مع دور شخصية الممثل الرئيسي في الفيلم، كما أن التنقل بين عواصم العالم المختلفة أضفى تشويقاً وغموضاً رائعين للفيلم، كما وظّف موسيقى تصويرية جيدة جداً. أما فيلم «المملكة» فهو فيلم مثير ذو إيقاع مشدود، إضافة إلى حضور العناصر الفنية المكوّنة للفيلم (تمثيل، مونتاج، إخراج، ديكور) والتصوير الذي كان في أبو ظبي والإمارات العربية من أجل إعطاء واقعية على الفيلم.

١٩ ـ يهدف كلا الفيلمين إلى ترسيخ قيم الكره والعداء تجاه المسلمين والعرب من قبل الشعوب الغربية والأمريكية خاصة، وذلك من خلال الصور التي يمررها الفيلمان التي تحمل رسائل أيديولوجية من الوزن الثقيل، خاصة تلك التي تتعلق بتنشئة الأطفال المسلمين على كره ومعاداة أمريكا والأمريكيين، وأن المسلمين جميعهم يُكِنُّونَ عداءً وكرهاً شديدين لكلّ من يساند إسرائيل وبخاصة الأمريكيين، وهذا معناه أن المواطن الأمريكي العادي ليس أمامه إلا أن يكرهنا ويعادينا.

٢٠ ـ فيلما «الخائن» و«المملكة» مثال حي لحقيقة السينما الأمريكية، وتعبير عن رؤيتها الحاقدة والتضليلية لحقيقة المسلم.

٢١ ـ تطرّق المخرج في فيلم «المملكة» إلى التنشئة الإسلامية للأطفال حين ركّز على أن الأطفال المسلمين ينشؤون على العنف والحقد وكراهية أمريكا والشعب الأمريكي، وأنهم ينقلون هذا الإرث إلى أبنائهم؛ فكون أن المسلمين متوحشون وإرهابيون، وأن العنف جزء من تكوينهم النفسي والفكري والعقائدي، يدخل كل ذلك في سياق نقل جل هذه القيم وترسيخها في نفوس أبنائهم الذين سيغدون إرهابيين في المستقبل ويستهدفون مشاريع وشعب أمريكا.

٢٢ ـ الفيلم من أجهل ما يكون بالدين الإسلامي وتعاليمه والثقافة الإسلامية، وندرك ذلك من خلال عدة مشاهد... فمثلاً تصوير صلاة المسلمين (الحرس) لم تكن

متقنة، وكذلك الإدعاء في هذا الفيلم بأنه يحرم تماماً لمس جثة المسلم من غير المسلم حتى لأغراض الطب الشرعي! وهي رسالة عن مدى تخلّف وبدائية المسلمين.

٢٣ ـ هناك تطاول على المصطفى محمد (ﷺ)، وإن كان قد أتى في سياق التساؤل (تساؤل والد الضحية (جاكسون) هل هذا هو ما أراد النبي محمد؟). وما كان يمكن أن نجزم بأنه تطاول لو كان الفيلم منصفاً وأتى بما ينفي هذا عن النبي (ﷺ).

٢٤ ـ تطرّق المخرج في هذا الفيلم إلى طرح صورة عن المسلمين لم يسبق أن تناولتها الأفلام الأمريكية التي عمّمها على الفيلم، وهي أن العرب المسلمين غير قادرين على حل قضاياهم، وهم بحاجة إلى الرجل الأمريكي صاحب المهام الصعبة والصفات النبيلة.

٢٥ ـ من خلال تحليلنا لفيلمي «الخائن» و«المملكة» تبين لنا أن أمريكا لا تحترم الآخر، بخاصة المسلم، حيث تريد غرس قيم ملؤها التشويه لصورة المسلم باعتباره دموياً، حقوداً، إرهابياً، يستهدف أرواح الأبرياء، يحبّذ العنف على السلام.

٢٦ ـ إن الإساءة للإسلام والمسلمين والعرب ليست وليدة هذا العصر، ولا تعود إلى الرسوم الكاريكاتورية، ولا إلى الكتابات وتحاليل الكتاب والمثقفين، والصحافيين الغربيين أو أفلام هوليوود ومختلف الصناعات الثقافية الإعلامية الغربية، بل المشكلة لها جذور في التاريخ، فهوليوود لها «مسلسل» وتاريخ طويلان مع تشويه صورة الإسلام والمسلم، فغالباً ما تقدّم هذه الصورة في شخص الماكر والمجرم وزير النساء.

٢٧ ـ كلا الفيلمين يعدّان وثيقة مفتوحة على عدة تأويلات وقراءات ممكنة، كل حسب مستوى معارفه... وإن كانت المعرفة التقنية أساسية، لأن الصورة يتداخل في تشكيلها: الأدبي (القصة، الحوار...)، المرئي (الضوء، اللون...)، الفيلمي (المونتاج، المؤثرات البصرية)، المسموع (ضجيج، موسيقى...)، السمعي/البصري (المزاوجة المنطقية بين الصور والأصوات).

٢٨ ـ من خلال هذا التحليل، نخلص إلى القول إن السينما الأمريكية تفوقت بفضل تكنولوجياتها وإبداعاتها في إنتاجاتها الفيلمية، من خلال صنع مجدها على حساب الآخرين بالطريقة التي تريد وحينما تريد، لكن بأية طريقة؟ بخاصة في عصر يؤمن بأن الفائز في هذا القرن هو من يمتلك مفاتيح القوة التكنولوجية والمعلوماتية.

خاتمة

إن ما تقدمه هوليوود من صور متتالية ومستمرة للمسلمين في أفلامها منذ فترة طويلة إلى الآن معناه أن المواطن الغربي وبخاصة الأمريكي العادي ليس أمامه إلا أن يكرهنا ويعادينا؛ وما تفعله هوليوود ضدنا لا يمكن وصفه إلا بأنه فضائح سينمائية، كما أنه تحريف وتشويه للحقائق وافتراءات كاذبة. فقد أدت الأفلام الأمريكية ـ بخاصة إذا علمنا أن معظم شركات الإنتاج تخضع لسيطرة اللوبي الصهيوني المعادي للإسلام والمسلمين ولما تمتاز به الأفلام الهوليودية من دقة وقدرة فائقة من الناحية الفنية من إخراج وتصوير... ـ دوراً كبيراً في تقديم صورة سلبية عن المسلمين عندما لم يكن هناك مصدر آخر للمعلومات حولهم وحول ثقافتهم، وحيث إنها تشاهد من قبل شريحة عريضة ومتنوعة من الناس في أنحاء العالم؛ فقد ساعدت الأفلام الأمريكية في انتشار هذه الصور النمطية السلبية للمسلمين؛ فصورة العربي المسلم على الشاشة الفضية الهوليوودية لن تخرج عن واحدة من هذه الصور النمطية: صورة أعرابي من البدو الرحّل وبجواره ناقة وخيمة ومُنِحَت له الصحراء الجرداء، أو صورة العربي المنغمس في اللهو والملذات والمجون وتعاطي الخمر، أو صورة العربي المتجرد من الحضارة وآداب السلوك في الطريق العام وفي معاملة الآخرين وفي اتّباع آداب الطعام والنظافة، أو صورة المسلم المتطرف المتشدد الذي يسوق خلفه زمرة من الحريم المتشحات بالسواد، أو صورة العربي الأبله المندهش أو المنبهر دائماً بالحضارة الغربية. أما أكثر الصور شيوعاً فهي صورة المسلم الإرهابي المجرم مختطفاً للطائرات والحافلات ومفجّر المباني وقاتل الأبرياء؛ فقد حرصت هوليوود دائماً على أن تضع العربي وبخاصة المسلم في قالب ثابت للشر والعنف والتخلّف والخيانة والجهل والتطرف والتزمّت، وهذا ما لمسناه من خلال تحليلنا لفيلمي «الخائن» و«المملكة».

إن المواقف السلبية ضد الإسلام والمسلمين لا تواجه بالصمت، ولا بالحرق والقتل والتخريب وبغيرها من السبل والطرق التي تخالف الشريعة والمنطق والعقل والقيم والمبادئ الإنسانية، وهذا ما يبحث عنه أعداء الإسلام والمسيئون إليه؛ الإساءة للإسلام وتقديمه للعالم على أساس أنه خطر، ودين التخلّف والعنف والقتل واستئصال الآخر، يجب أن تواجه بالحوار والنقاش والشرح والتفسير والإيضاح وبإيصال رسالة الإسلام الحقيقية إلى الذين يجهلون الكثير عن هذا الدين العظيم وعن المصطفى خاتم الأنبياء. والواقع أن المسؤول عن هذا الجهل بالرسول محمد (ﷺ) هم المسلمون الذين أخفقوا بمحاربة الآخر وإبصاره بحقيقة الإسلام وبعبقرية النبي محمد (ﷺ). هل يعي

المسلمون أن الرأي العام الغربي ليس كله معادياً للإسلام؟ وإنما هناك من يرفضون الإساءة للإسلام والتطاول على الرسول محمد (ﷺ) خاتم الأنبياء، وهؤلاء هم العقلاء الذين يجب التحاور معهم والعمل معهم من أجل تطهير عقول الشعوب المغلوب على أمرها في الدول الغربية وتخليصها من التلوث الإعلامي والثقافي والفكري وسموم الدعاية والحرب النفسية؟ إننا مطالبون أن تكون لنا مواقع في السينما، وفي علم الاجتماع، وفي كل جوانب الحياة فأين السينما العربية الإسلامية؟ وأين مواقعنا على الإنترنت؟

الفصل الثاني عشر

الفضاء السيبرني وتحولات القيم: مقاربة عربية(*)

باقر النجار(**)

ـ ١ ـ

أفرزت الثورة المعلوماتية أو الثورة الرقمية أو ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعرفة حالة اجتماعية واقتصادية وسياسية وثقافية جديدة. إنها حالة لم يعد فيها العالم، وبفعل ذلك، كما كان منذ حقب زمنية بعيدة أو قريبة. إنها حالة، كما يعتقد البعض، قادت وتقود إلى عالم بدون قيود. إنه عالم، كما يقول عنه بارلو، يقع خارج إطار سلطة الدولة، بل إنه عالم يقع خارج إطار مفهوم الإقليم بمعناه التقليدي بحدوده الجغرافية المعروفة. كما إنه عالم يقع خارج إطار الضوابط والكوابح المعروفة سواء أكانت هذه ضوابط من صنع الدولة أم المجتمع. أي إنه عالم لم يعد يخضع للضوابط والمعايير التي تحددها الدولة أو المجتمع.

إنها حالة تقتضي منا إعادة النظر في مفهوم الدولة كضابط وحاكم للمجتمع، بل إنها حالة قد قصد منها إعادة تعريف الحدود والجغرافيا والولاء الوطني، ولربما الدولة،

(*) نشرت هذه الدراسة، في: المستقبل العربي، السنة ٣٣، العدد ٣٨٢ (كانون الأول/ ديسمبر ٢٠١٠)، ص ٦٠ ـ ٧١.

(**) أستاذ علم الاجتماع، جامعة البحرين.

لحالة أقرب إلى ما يسمى بالمجتمعات المتخيلة أو الافتراضية التي لا تعرف أي وجود فيها للدولة، ولا تعرف حدود الوطن القومي، وتختفي فيها القوانين والأنظمة والأعراف والأحكام الضابطة للفعل. فهو عالم تختفي فيه كل ضوابط البشر، سواء أكانت تلك الضوابط القائمة في عالمهم الرسمي أم غير الرسمي، وفي عالمهم الفعلي وفي الأحلام. فشرعية الفعل في هذا العالم هي ليست بشرعية الفعل في عالمنا المعيش. وهو بالتالي فعل لا يتم وفق ما حُدد من شرعيات معروفة، كما لا ينسحب عليه حدود القصاص للفعل: في القول والفعل.

إنه العالم الذي قد لا يلتقي فيه أفراده بعضهم بعضاً، فهم لا يتفاعلون عبر القنوات والشبكات التي وفقها تنسج العلاقات الاجتماعية في مجتمعاتنا الطبيعية منذ الخليقة حتى الآن. وإنما تتم تفاعلاتهم عبر قنوات جديدة من الاتصال وعبر وسائط ورموز وقيم بات يشكّلها العالم الافتراضي الجديد. إنه أقرب إلى عالم الفوضى الذي يبيح لأفراده أن يفعلوا ما يحلو لهم، أن يفعلوه بدون خوف من ردة فعل الدولة أو من قمعها، أو بدون خوف من رد فعل الجماعة ومؤسساتها الضبطية والأخلاقية. إنهم يفعلون ذلك بدون ضابط أخلاقي أو ديني أو قانوني. إنه العالم الذي يباح فيه الممنوع في الفعل: من قول وكتابة وممارسة، إنه العالم الذي يتساوى فيه فعل الخير ونقيضه والحب ونقيضه. إنه العالم الذي رغم الوجود الفيزيقي والفعلي لأفراده، إلا أنه يتيح للفاعلين فيه التخفّي عن بعضهم البعض، وعن السلطة الأمنية للدولة خلف أسماء وهمية وعوالم مجهولة.

إنه العالم الذي يتم فيه كسر السلطة بالمفهوم الذي نعرفه في الفضاء السياسي، وكسر السلطة كما هي في الفضاء الأسري، وكسر الأخلاقيات التي يقوم عليها النظام الديني... إلخ. إنه الفضاء الذي يتيح لأفراده التفكير في اللامسموح على الواقع، بل وفعل اللامسموح والكتابة خارج المألوف في الفضاء الثقافي، والإيمان بما لم نتعارف عليه في عالمنا المعيش. إنها حالة تنتقل فيها السيادة والسلطات من أنساقها التي تعارفنا عليها وتشكلت في المجتمع البشري عبر رحلته التاريخية الطويلة، وعبر جهد بشري قدر بهذا الإنجاز الحضاري في العوالم البشرية المختلفة عبر التاريخ، إلى سلطات تُخلق في هذا العالم السيبرني الذي يخضع لآليات تحكم جديدة وإلى ثقافة تحكمها المعلومة وآليات صناعة المعلومة وتكنولوجيا التواصل ـ الذاتي والجماهيري في عالمنا المعاصر. إنه نمط أقرب في سمات بنائه الاجتماعي إلى ما يسميه مانويل كاستيل بمجتمع الشبكة في زمن وعصر المعلومة، الذي بات يعبّر عن نفسه، ولربما يتمثل بقوة، في بنائنا المؤسساتي في الكثير من مجتمعات المعمورة.

- ٢ -

فالبناء الاجتماعي في مجتمعاتنا البشرية قد تشكل في ضوء علاقات الإنتاج والاستهلاك وصراع القوة وتراكم الخبرات، وهي القاعدة التي تشكلت في ضوئها ثقافاتنا البشرية المختلفة. وهي ثقافة يعاد إنتاجها من خلال شبكة العلاقات الاجتماعية التي ينسجها الأفراد داخل المجتمع والتي من خلالها تتم عملية انتقال منظومة القيم الثقافية الحاكمة للسلوك. بينما يعتمد البناء الاجتماعي في مجتمع المعلومات على الشبكة/ الشبكات كدالة أساسية لما يسميه مانويل كاستيل بالمورفولوجيا الاجتماعية[١].

فالقوة في مجتمعاتنا تعبّر في واقعها عن حالة اللاتوازن أو عن اللاتساوي في توزيع المنافع والمصالح والامتيازات القائمة داخل المجتمع. وهي الحالة التي من خلالها تتم عملية فرض إرادة البعض على البعض الآخر. من هنا فإن المؤسسات القائمة في المجتمع، أي مجتمع كان، إنما تمثل الأداة أو القناة التي من خلالها تتم عملية فرض علاقات القوة القائمة في الفضاء الجغرافي والزمني المعيّن، حيث تعبّر حالات المنع والحد والعنف والسيطرة والتعاقد الاجتماعي عن أشكال مختلفة من صراع القوة في المجتمع[٢].

من ناحية أخرى، فإن حالة الفوضى التي يتسم بها الفضاء السيبرني إن هي إلا نتيجة لِجدّة تشكّله، بل إن هذه الجدّة قد تعني في أحد جوانبها الافتقار إلى المدى الزمني الكافي لتشكل المعاني والحدود والرموز، ولربما المؤسسات المعبّرة عن القوة داخل هذا الفضاء، بل إنه فضاء لم يحدد بعد الأسس التي وفقها سوف يكون قادراً على تشكيل بنائه الاجتماعي.

إنه الفضاء الافتراضي التخيُلي الذي تُنسج فيه العلاقات بين الفاعلين وفق أسس تخيلية، لكنها علاقات قد لا تستمر إلا بانتقالها إلى العالم الحقيقي. فعلاقات النوع الاجتماعي ونقصد بها تحديداً علاقات الرجل بالمرأة هي علاقة تشكلت ومرّت بمراحل تاريخية حتى استقرت في شكلها الحالي المتقارب في كل المجتمعات البشرية. وهي علاقات تمحورت وتشكلت في ضوئها قيم وضوابط النظام الأسري، بل إنه في ضوء ذلك قد تشكّل أيضاً ما يسميه عالم الاجتماع الأمريكي تالكوت بارسونز

---

(١) Manuel Castells, «Materials for an Exploratory Theory of the Network Society,» *British Journal of Sociology*, vol. 51, no. 1 (January-March 2000), pp. 5-7.

(٢) المصدر نفسه، ص ١٠.

بنسق الشخصية.. إن محاولات الإنسان ضبط علاقاته الجنسية مع الجنس الآخر، هي التي دفعت نحو هذا التحديد والتحريم، وما يعدّ مقبولاً أو غير مقبول، الذي في إطاره نُقيم علاقاتنا الأسرية المعاصرة. وهي الحدود التي في إطارها أصبحت العلاقة الجنسية بين الرجل والمرأة محللّة في حدود، ومُحرّمة في حدود يعيّنها الدين والعرف والقانون في المجتمع البشري. وهي العلاقة التي لا يمكن أن تتم فيها عملية الإشباع البيولوجي والاجتماعي بين الرجل بالمرأة إلا في الأطر المتعارف عليها محلياً، أو في الحدود التي يعيّنها القانون.

وهذا لا يعني أن لا تكون هناك علاقات تتم خارج إطار القانون، لذا فإن أية علاقة بين الرجل والمرأة تتم خارج إطار العرف والنظام هي علاقة، في نظر الناس والمجتمع، غير شرعية قد يعاقب عليها النظام ويتم القصاص فيها. من ناحية أخرى، فإن العلاقة الجنسية بين الرجل والمرأة لا يمكن أن تكون علاقة تخيلية افتراضية. إنها علاقة تشترط التقاء الاثنين: الرجل والمرأة على أرض الواقع، وهي رغم ما قد يقال عن لاشرعية بعضها، إلا إنها لا تتم إلا بشرط الالتقاء بين الجنسين وبتفاعلهما معاً. وهي علاقة تتشكل إما في ضوء الحاجة البيولوجية البحتة أو في ضوء الحاجة الاجتماعية، أو كليهما معاً.

إن الفضاء السيبرني يتيح إمكانية اللقاء بين الرجل والمرأة في المجتمعات التي لا تتيح لهم فرصة تحقيق ذلك؛ أو إنها قد تعرّفهما على بعضهما البعض رغم الأصقاع البعيدة ورغم الحواجز الاجتماعية والدينية والجغرافية. إلا أن علاقاتهما تبقى علاقة تخيلية رغم ما قد يشوبها من ممارسات، ورغم وجود الصلة التخيلية بينهما. وهي علاقة تبقى عاجزة عن تحقيق الإشباع البيولوجي والاجتماعي كما هي متاحة في العالم الواقعي، إلا بشرط الالتقاء.

ـ ٣ ـ

وليس جديداً القول إن المجتمعات البشرية قد تأثرت بشكل غير عادي بانتشار الإنترنت والهواتف المتحركة والإعلام الرقمي والعديد من أدوات التسلية الاجتماعية ذات التقنية الاتصالية العالية، وهي أدوات قد دفعت نحو تطوير شبكات الاتصال والتفاعل على المستوى الأفقي في المجتمع البشري، وهي الحالة التي فتحت المجتمع المحلي على المجتمع العالمي. وتشكلت في ضوء ذلك أبنية اجتماعية جديدة أطلق

عليها كاستيل «أبنية مجتمعات الشبكة». فهذه المجتمعات دخلت حالة تكنولوجية جديدة أصبحت بفعلها تقنيات الاتصال الحديثة من هواتف وإنترنت ووسائل الاتصال الذاتي الجمعي أهم وسائط التواصل وإنجاز الأعمال، بل إن علاقاتنا الاجتماعية قد باتت تتشكل وفق درجة الاستهلاك والتوظيف والتغلغل لهذه الوسائط في حياتنا اليومية، وإن أدواتها ولغتها الجديدة احتلت مكان الكثير من رموز ومعاني التواصل بين البشر، وباتت اللغة الموظفة فيها ليست هي اللغة ذاتها التي نتواصل من خلالها في حياتنا اليومية أو أنها تقارب تلك اللغة التي نتعلمها في المدارس والجامعات ونقرأها في الكتب والمجلات. كما أصبحت وسائط الاتصال الذاتي الجماهيري بفعل هذا التغلغل وسعة استخدامه وسيلة للتعبير عن اللامباح في مجال العلاقات الاجتماعية والسياسية، وهو إطار يتجاوز الداخلين فيه كل شروط الأدب والأعراف والقانون التي تعرفها مجتمعاتنا، بل إنه فضاء لا يعرف المحرّمات بمعناها الدنيوي.

ـ ٤ ـ

إن الظاهرة الأكثر خطورة على المجتمعات، التي لم تتكيف بعد مع الحالة التكنولوجية الجديدة، هي في مدى قدرتها على التكيف مع تلك الأجيال الجديدة التي تتوالد بوتائر متسارعة من تكنولوجيا الاتصال والمعلوماتية، بل إن تعبير الثورة بات أقرب في وصف سرعة وتائر التغير هذه. فهناك ثورة معرفية وأخرى تكنولوجية وأخرى بيولوجية وأخرى معلوماتية وأخرى إعلامية. وهي تعبيرات توظّف لوصف حجم وعمق التحول السريع الذي بتنا نتعرض له، الذي باتت تتشكل وفقه مجتمعاتنا، بل وتعبّر عن مشكلاتها التكيفية مع هذه التغيرات الجديدة. وتبدو المفارقة هنا: في أنه في الوقت الذي نقل العالم الغربي فكرة الاغتيال السياسي من واقعها الحقيقي إلى عالمها الافتراضي في مجال الفضاء الإعلامي: تلفزيون وصحافة ووسائل اتصال ذاتي وجماعي، استمرت عوالمنا العربية، ولربما العالمثالثية، رغم توظيفها لتقنيات ووسائط الاتصال الحديثة، تمارس نوعين من الاغتيال السياسي: الواقعي والافتراضي[٣]، بل إن إسرائيل، ولربما الولايات المتحدة الأمريكية، قد بقيتا من الدول الغربية القليلة التي ما زالت تدمج وتمارس بين الاغتيال السياسي الدموي ضد المناوئين لها في العالم العربي والإسلامي، والاغتيال في العالم الافتراضي ضد المتنافسين في انتخاباتها الرئاسية والبرلمانية وضد من تصنفهم برؤساء دول الشر، وبين الدعوة المعلنة في حالة إسرائيل

(٣) المصدر نفسه، ص ١٦.

إلى تصفية المعارضين الفلسطينيين لها من القيادات السياسية والعسكرية لـ «حماس» وقيادات «حزب الله» اللبناني.

لقد أصبح الاغتيال السياسي الافتراضي بفعل تقنيات الاتصال السيبرني ذا وقع أشد بعدما أصبح التلفزيون الفضائي والمواقع الإنترنتية مجالاً لتصفية الحسابات السياسية بين المتنافسين، خصوصاً أن هذا المجال أصبح أحد أهم مصادر تشكل الآراء والمعارف عن الأحداث السياسية، بل إن معارف الأفراد السياسية قد أصبح مصدرها الرئيسي هذه الوسائط المرئية والمسموعة أكثر من المقروءة. من هنا فقد بات وقعها على الفرد عظيماً. وأصبح الاغتيال السياسي لا يحدث فحسب بين الخصوم السياسيين وإنما بات يحدث بين الدولة ومعارضيها، وبين المعارضين بعضهم البعض. وذلك من خلال الكشف عن الفضائح المالية والأخلاقية، وفي الترويج أو الكشف عن الجوانب السلبية من حياة الخصوم السياسيين أو قادة الجماعات المعارضة، بل يمكن القول إن هناك حروباً حقيقية تحدث بين الخصوم في المجال السيبرني قبل أن تصل إلى الواقع. ويكفي الإشارة هنا إلى الحروب التي تتم بين الكثير من الجماعات الإرهابية ومافيا الاتجار بالمخدرات ومافيا غسل الأموال في العالم وحكومات الدول المتضررة من أعمالها، بل يمكن القول إن هناك حرباً حقيقية قائمة الآن في الفضاء السيبرني بين ما يطلق عليه بالجماعات الإرهابية والولايات المتحدة الأمريكية والدول الحليفة معها. وأصبح الفضاء السيبرني بفعل ذلك هو المجال الذي تكشِفُ فيه هذه الأطراف المتحاربة خططها ونوازعها حيال الأطراف الأخرى قبل أن تصل إلى أرض الواقع.

ـ ٥ ـ

إن عالم تكنولوجيا الاتصال الحديثة الذي بات يشكل في بعضه جوانب أساسية من حياتنا الواقعية، قد أتاح للبعض منا أن يعبّر عن اللامباح في الحياة، كما إنه بات يشكل ما يمكن تسميته بالجوانب التخيلية من شبكة علاقاتنا الاجتماعية. وهي جوانب قد بات التعبير عنها بفعل هذا التطور في تكنولوجيا الاتصال والمعلوماتية كبيراً ومؤثراً، بل ومصاحباً لعوائد غير منظورة في حياة الأفراد. إن مجتمع الشبكات، وفق ما يقوله مانويل كاستيل، متحرراً من عامل القيمة: يتساوى فيه الخير والشر، أو كما يقول القبلة والقتل. وهو عالم لا تحكمه القيمة وإنما تحكمه الشروط التي يحددها الإنسان التي وفقها يتم عمل الآلة التقنية ذاتها. وفي الواقع فإن الإنسان هو من يحدّد الأهداف لهذه الشبكات، وهي تأتي كنتاج لصراع البشر الاجتماعي. إلا أن عجزهم،

أي البشر، عن تغيير هذه الأهداف، يفرض شروط ومنطق الآلة التقني البحث على كل اللاعبين الآخرين. فالإنسان لا يستطيع أن يغيّر من الشروط إلا بتدميره لهذه الآلة واختيار بدائل أخرى جديدة وفق قيم جديدة تحدد شروطها فيما بعد. وباتت الآلة وفق هذا الإطار تحدد أشكال الصراع، وبالتالي أشكال القيم والثقافة السائدة في المجتمع، وهي ممارسة أخشى أن أقول إنها منزوعة القيمة(٤). فالحروب الحديثة قد باتت تحدد شروطها ومجالها الآلة التي لا تحسب للإنسان في هذا الإطار أي حساب. فالمطلوب هنا هو تدمير العدو والشرط الذي يضعه الإنسان لعمل الآلة أو التي وفقها تؤدي الآلة وظيفتها لا تتداخلها وقت التنفيذ نوازع بشرية وقيم إنسانية. من هنا فإنه رغم القول إن هناك أخطاء عسكرية يذهب ضحيتها الكثير من المدنيين، إلا أن اللوم والأخطاء فيها توضع دائماً على العنصر الإنساني واضع هذه الأهداف والشروط. فقرار التدمير الذي يصدره العسكر ينقل بالتالي إلى الآلة التي ليس لها خيار إلغائه أو تغييره أو التخفيف منه أو التقليل من حجم إصاباته على المدنيين ومنافعهم. ولربما يمثل حجم التدمير الذي مارسته الآلة العسكرية الإسرائيلية في لبنان وغزّة وحجم الإصابات في أوساط المدنيين الأفغانيين والباكستانيين الذي توقعه الآلة العسكرية الأمريكية، أمثلة على تعامل الإنسان عن بعد وفي إطار غير واقعي لحالة مختلفة هي قائمة في الواقع.

إن حجم الآثار الصحية والاجتماعية والنفسية الطويلة المدى الذي باتت الآلة العسكرية الأمريكية تحدثها في العراق وأفغانستان، وكذا يمكن القول عن الآلة العسكرية الإسرائيلية في الحالتين الفلسطينية واللبنانية، إن هي إلا نتاج لتلك الشروط (المدخلات/ الأهداف) البشرية التي تعمل وفقها هذه التقنية الحديثة، محدثة بالتالي حجماً كبيراً من الدمار الاجتماعي والنفسي والبشري يتجاوز حدود الإنسان واضع شروطها، ولربما أحياناً حدودها الجغرافية.

من ناحية أخرى، فإن تأثير الفضاء السيبرني في البناء الاجتماعي يتضح بصورة كبيرة في مجال علاقات القوة. فبناء القوة يتشكل من خلال البناء التراتبي داخل هذه المنظمات والمؤسسات الذي تتدرج فيه القوة بتدرجية المراكز في المنظمة. وما فعله الفضاء السيبرني هو أنه قد حلّ هذه المراكز وأحدث فوضى في التراتبيات القديمة، إذ أصبح من الصعب ممارسة القوة التراتبية بدون الأخذ أو المعرفة بالتعليمات الخاصة بالشبكة وفي إطار ما يسمّى الأحكام المورفولوجية للشبكة(٥).

---

(٤) المصدر نفسه، ص ١٩.

(٥) المصدر نفسه، ص ١٩.

- ٦ -

من هنا فإن الفضاء السيبرني الجديد قد جعل من قضايا رأسماليات الشبكات المعلوماتية والتجارة والإنتاج والمعرفة وحقوق الإنسان والجريمة والشفافية وقضايا محاربة الاتجار بالبشر، قضايا ومشكلات تتجاوز حدود الدولة القومية، التي هي بفعل ذلك لم تعد كياناً مستقلاً. وهي قضايا ومشكلات أصبحت مسألة عدم الخضوع لها بالنسبة إلى الكثير من الدول عملية شبه مستحيلة. فممارسات بعض العسكر والساسة في دولهم أو في الدول المجاورة يتم ملاحقتها قضائياً في دول أخرى. ويمكن أن تقدم محاولة الملاحقة القضائية لبعض الساسة والعسكر الأوروبيين، وكذا يمكن القول عن تلك الملاحقة التي تمت بحق الحاكم العسكري السابق للتشيلي «بينوشيه» أمثلة على التآكل المستمر في سلطة الدولة القومية وتنامي دور المنظمات الحقوقية العابرة للقوميات. كما أن الكثير من الأحكام القضائية التي يتم إصدارها بحق أشخاص أو منظمات في دول بعينها يتم تغييرها أو تخفيفها أو إلغاؤها بفعل تأثير هذا الفضاء الجديد الذي يتجاوز قدرة البعض من الدول على ممانعته. وقد تنزع دول بعينها نحو الممانعة، إلا أن تداخل المصالح وتبدل ميزان القوة يدفعها باستمرار نحو التنازل، وهو تنازل قد بات يلحق ضعفاً بقوة الدولة في الداخل والخارج.

فالأحكام القضائية التي تصدرها دول بعينها، وبفعل تأثير هذا الفضاء (أي عواقب عدم الخضوع)، يتم إما تخفيفها أو إلغاؤها. ويمكن الحديث هنا عن أن تأثير هذا الفضاء يبدو واضحاً في إطار الدول المندمجة بشكل كبير في الحالة العالمية عنها في الدول الممانعة له، فالحكم القضائي المشهور الذي أصدرته إحدى المحاكم الشرعية السعودية بخصوص ما سمي «فتاة القطيف»، وكذا الحكم الصادر بحق المعارض المصري المعروف سعد الدين إبراهيم، قد تم إلغاؤهما أو تقصير مددهما بفعل تأثير هذا الفضاء. وهو فضاء باتت قوى المعارضة في الكثير من الدول تستنجد به في مواجهة قوى الدولة، وتستعين في ذلك بمنظمات المجتمع المدني عبر القطرية أو العالمية. وتبقى الممانعة واضحة في حالة بعينها مثل كوريا الشمالية وإيران وسورية وبورما.

- ٧ -

لقد أحدث هذا الاختلال في بناء القوة داخل المنظمات والمؤسسات والأنساق والنظم هزّة راوحت بين قدر من الضمور في بعضها وتنامي القوة في بعضها الآخر،

أي أن قدرة هذه المؤسسات على ممارسة القوة على أفرادها قد اهتزت باهتزاز بناء القوة، وبالتالي اختلال مراكز الأفراد فيها. فالمدرسة في هذا الفضاء الجديد لم تعد هي المدرسة التي عرفها جيلنا والأجيال التي تلت بعد ذلك. فهي لم تعد بالقدرة ذاتها على ممارسة قدر من الضبط على الداخلين فيها، إما بفعل اهتزاز معاييرها الحاكمة للسلوك أو بفعل تنامي التعامل مع مجتمع الشبكة كمصدر للمعرفة والمعلومة التي كانت هي في السابق إحدى وظائف المدرسة.

من ناحية أخرى فإن مؤسسة الأسرة لم تعد، هي الأخرى، قادرة على ضبط أفرادها بما فيه سلوك الزوج والزوجة. فالحاجات الاجتماعية والبيولوجية والجنسية لأفرادها بفعل تنامي القيم الاستهلاكية وبانهيار النظام البطريركي وتنامي توظيفات وتأثير عالم تقنيات الاتصال الجديدة، لم تعد كما كانت في السابق. فنحن نتحدث هنا عن حالة من حالات الاختلال واللاتوازن في هيراركية القوة في المجتمع. هذا الاختلال لم يصب مؤسسة الدولة فحسب، المعبّر الأساسي عن هذه القوة، ودورها وقدرتها على الضبط، وإنما أصاب في ذلك جُلّ، إن لم يكن كلّ الأنساق والنظم الاجتماعية. ولعل أحد أهم معضلات مجتمع الشبكة هي أن المؤسسة السياسية لم تعد تمثل فيها مصدر القوة الوحيد، وإنما باتت القوة تأتي ممّا يسميه كاستيل من تلك التدفقات الفاعلة ومن الرموز الثقافية المُتشكلة في الشبكة أو الشبكات.

ومن المهم القول إنه في الوقت الذي بدت تتوارى فيه أدوار مؤسسة المدرسة والأسرة في عملية الضبط وفي وظيفتها الاجتماعية، تنامت من الناحية الأخرى أدوار المؤسسة الدينية. والحديث هنا لا يخص المجتمعات العربية والإسلامية بقدر ما يشمل في ذلك المجتمعات الأخرى. فبالرغم أن تغيراً قد طرأ بعض الشيء على مكانة الكنيسة في أوروبا، إلا أن الفضاء السيبرني، وتحديداً في مجال المحطات التلفزيونية الفضائية ومواقع الكنائس ورجال الدين المسيحيين على شبكة الإنترنت قد ساهم في إعادة إحياء الدين في أوساط بعض الجماعات في المجتمع الأوروبي وفي المجتمعات الشرقية واللاتينية الأخرى، بل إن سنوات العقد الأخير قد شهدت طلباً متزايداً على الدين تمثل بالكثرة العددية للمحطات الدينية المسيحية، كما هو الطلب على حضور بعض جلسات الدعاة بغرض تحقيق الشفاء من أمراض مزمنة أو مستعصية، كما نشاهدها على بعض محطات التلفزة المسيحية الأمريكية والآسيوية واللاتينية.

ويبقى الحديث عن الإحياء الديني في المنطقة العربية الإسلامية يأخذ بعداً مختلفاً عن الحالة الأوروبية، وهو إحياء لم يأتِ مع الثورة المعلوماتية والاتصالية وإنما جاء قبل ذلك ببعض الوقت. إلا أن تحولات الفضاء السيبرني أعطى قدراً من القوة لحضور الدين في هذه المجتمعات، بل لنقل بات هناك طلب متزايد على استهلاك الدين، ليس كقيم وضوابط أخلاقية، وإنما عند البعض كطقوسٍ ونواهٍ وزواجر. وهو حضور قد وظف بشكل كبير من قبل بعض الأطراف داخل المؤسسة الدينية، ومن قبل جماعات الإسلام السياسي في هذه الدول.

لقد عملت المؤسسة الدينية على ألا يقتصر دورها على السويعات البسيطة التي تطل من خلالها على الجمهور المحلي من خلال الجهاز التلفزيوني الرسمي. لذا فقد أصبح للبعض من الشخصيات والرموز الدينية المعروفة والجماعات والأحزاب الدينية محطاتها التلفزيونية الخاصة بها كالمحطات الفضائية الدينية المعروفة مثل **المجد** و**إقرأ** و**الرسالة** و**الأنوار** و**الفرات** و**الزهراء**، والكثير من المحطات والمواقع الدينية المعروضة على شبكة الإنترنت التي تديرها جهات رسمية حكومية أو رجال دين معروفين أو جماعات دينية بعينها، أو جماعات من الإسلام السياسي في المنطقة العربية والإسلامية، وهي محطات تعدّ بالمئات، إن لم يكن بالآلاف. وأصبحت متابعة هذه المواقع ومشاهدة الفضائيات الدينية تحتل مواقع متزايدة عند الأجيال الجديدة من الشباب من الجنسين من القادمين من بيئات اجتماعية محافظة، بل إن هذه المحطات قد باتت تمثل المحطات التي تفتح عليها تلفزيوناتهم وتقفل، ولم يمثل الانتقال إلى مشاهدة المحطات الأخرى إلا حالة عرضية[٦].

إن القدرات المالية للمؤسسة الدينية وبعض رموزها أو التنظيمات المنبعثة عنها أو المنفلتة منها قد جعل لها حضور، قد يكون أحياناً مكثفاً في الفضاء السيبرني، وهو حضور قد أصبح له جمهوره وحضوره في أوساط العامة، بل إن هذا الحضور في الفضاء السيبرني قد فاق في بعضه أحياناً من حيث التأثير مؤسسة المسجد كفضاء للصلوات والدُعاء. وتكفي مشاهدة برامج أحد مشاهير الدعاة العرب في إحدى القنوات الفضائية العربية الرئيسية لتعرف حجم الإقبال الذي باتت تستقطبه هذه البرامج من قبل الأجيال

(٦) خلدون النقيب [وآخرون]، **اتجاهات الشباب في دول مجلس التعاون** (الكويت: منتدى الخليج للتنمية؛ دار قرطاس، ٢٠٠٦).

الجديدة حول العالم.. بل أصبح حديث هؤلاء الدعاة وما يقرأ على مواقعهم الإنترنتية يمثل بالنسبة إلى هذه الأجيال أحد أهم مصادر المعرفة الدينية، وأحد أهم مصادر تشكل التوجهات الدينية الجديدة، بل يمكن القول إن هذا الفضاء قد أصبح مشكلاً لفهم بعض أفراد الجيل الجديد من الشباب للعالم. فتأثير هؤلاء في الشباب قد بات كبيراً ومؤثراً ومبعثاً للقلق في بعض الأوساط الرسمية.

وفي غياب بدائل التوجيه من قبل مؤسسة الدولة والجماعات الأخرى فإن تأثير هذا الفضاء في الفئات العمرية الشابة لا تعكسه درجة التدين الخارجي لهذه الفئة العمرية فحسب، وإنما تعكسه أيضاً درجة القدسية العالية التي بات يحتلها بعض الدعاة الجدد الذين باتت دخولهم من هذه البرامج التلفزيونية تنافس في ذلك دخول المشاهير من المطربين واللاعبين الرياضيين، واتسعت في ذلك دائرة معارفهم وأتباعهم ومقلديهم.

- ٩ -

لقد مثّل حقل الاتصال والمعلومات على مر التاريخ المصدر المهم للقوة والقوة المضادة والسيطرة والتغيير الاجتماعي. فالمعركة الرئيسية بين القوى المختلفة في المجتمع تتحدد في النهاية في القدرة على امتلاك عقول الناس والجماعة، بكل ما يعنيه هذا الامتلاك من آليات ومصادر، وبكل ما يعنيه هذا العقل من توجهات وقيم ومعايير وأخلاق. فإذا كانت عامة الناس تفكر بصورة مختلفة عن تلك القيم والمعايير المؤسساتية المُشكلة لجهاز الدولة والمتضمنة في أنظمتها وقوانينها المكتوبة وأعرافها غير الموثقة، فإن ذلك قد يقود إلى قدر من التغيير الذي قد يأتي على الدولة مغيّراً بالتالي النظام الذي في ضوئه تعمل أجهزة الدولة المختلفة. وهو تغيير قد يأتي أحياناً مناقضاً لرغبات وكلاء التغيير في المجتمع[٧]. فهو تغير قد يأتي أحياناً بغير دراية الدولة أو بتغاض منها، إلا أنه بالطبع تغير سيقود إلى مجموعة من التغيرات الأخرى الجديدة التي تفرض على الدولة في المحصلة النهائية قدراً من التنازل، وتالياً التطبع بالقيم الجديدة. وهي حالة بدت أقرب إلى وصف تلك التنازلات التي أجبرت عليها الدولة العربية خلال الثلاثة العقود الماضية مطيحة في ذلك بالحداثة الاجتماعية وبالحقوق المدنية التي بدأت في بعض المراكز العربية منذ أواخر القرن التاسع عشر، ولربما قبلها بعقود مقابل الحداثة الشكلية.

---

(٧) Manuel Castells, «Communication, Power and Counter-power in the Network Society,» *International Journal of Communication*, vol. 1 (2007), p. 238.

- ١٠ -

إن أية رحلة بريئة في عالم الإنترنت تكشف لنا عن حجم التأثير غير العادي والمرتقب لهذا الفضاء الجديد. هذا الفضاء الذي قد يجعل شخصاً ما في أقاصي العالم متأثراً بأفكار شخص ما في جبال أفغانستان، أو أن يكون لأفكار داعية على الإنترنت تأثيرها في طبيب نفساني على الضفة الأخرى من العالم، أو أن تجعل مراهقة إنكليزية تنقاد لمقابلة مجند أمريكي في العشرينيات من عمره، أو أن يجعل فتاة محافظة تعلن على شاشة إحدى الفضائيات العربية رغبتها في الزواج من داعية البرنامج التلفزيوني الديني لأنها قد وجدته وسيماً، أو أن يُجعل من اختراق مواقع الأجهزة الحكومية الحساسة في الدول الغربية وغيرها هواية للمراهقين في هذه الدول وغيرها، أو أن تتبارى الدول في ما بينها على اختراق أجهزة الدول الأخرى الحساسة، أو أن تخترق الدول أجهزة المنظمات المناهضة أو المعارضة لها في كثير من المواقع حول العالم.

لقد أتاحت وسائل الاتصال التكنولوجي الجديدة فرصاً كبيرة في أن تتشكل علاقات بين المرسل والمستقبل تتجاوز نمط العلاقة ذات الاتجاه الواحد، بل إن العلاقة قد بدت في بعضها ذاتية ـ جمعية أو ما يسميه مانويل كاستيل بـ «ذاتية وسائل الاتصال الجماهيري». فالكثير من الدعاة والمشاهير من الممثلين والرياضيين والمغنين والساسة ورؤساء الدول ورؤساء الأحزاب «يتواصلون» من خلال مواقعهم الإنترنتية، مع المعجبين والشاكين والمستفسرين والأتباع. ويتشكل، في ضوء ذلك، وبفعل هذه التقنية الاتصالية شكل من أشكال العلاقة الذاتية ـ الجماهيرية. فالكثير من المشاهير من الدعاة ورجال الدين «يتواصلون» مع مقلديهم من خلال مواقعهم الإنترنتية التي تتيح لهم أو للقائمين على تشغيل مواقعهم قدراً من التواصل الشخصي مع الفرد أو مع الجماهير من خلال التواصل مع مجموعة من الأشخاص[٨]. ويقدم نموذج المنظمات الدولية المناهضة لقوى العولمة قدرة هذه المنظمات على توظيف وسائط الاتصال الجديدة في الفضاء السيبرني للتعبئة ضد قوى العولمة. وتبين أحداث مدينة سياتل الأمريكية والأحداث التي قادتها القوى المناهضة للعولمة في إيطاليا وسويسرا وواشنطن والباراغواي، على الكيفية التي توظف بها القوى المختلفة هذا الفضاء لخدمة أهدافها السياسية والاقتصادية والدينية والثقافية[٩]. كما يبيّن لنا قدرة مجموعة من

---

(٨) المصدر نفسه، ص ٢٥٢.

(٩) Jeffrey S. Juris, «Networked Social Movement: Global Movements for Global Justice,» in: Manuel Castells, ed., *The Network Society: A Cross-cultural Perspective* (Cheltenham, UK; Northampton, MA: Edward Elgar Pub., 2004), pp. 343-344.

الشباب المصري المعارض من اللامنتمي إلى الأحزاب السياسية التقليدية على الدعوة إلى إضراب عام أحدث قدراً مهماً من الإرباك لدى مؤسسة الدولة، من خلال استخدام الموقع الإنترنتي المعروف بـ «الفيس بوك» (Facebook).

ـ ١١ ـ

إنها حالة تتطلب بدون شك معالجة تذهب أبعد من مسألة الحماية التي لم تعد الدولة ولأسبابها الخاصة وأسباب أخرى متعلقة بالفضاء السيبرني ذاته قادرة على تحقيقها. فالدولة كما يقول مانويل كاستيل لم تعد هي مصدر القوة الوحيد في المجتمع. فالقوة في الفضاء السيبرني الجديد، وكما أشرنا سابقاً، إنما تأتي من تلك التدفقات الفاعلة والرموز الثقافية المتشكلة في هذه الشبكات. وهي شبكات منزوعة القيمة، وتخضع في عملها لطبيعة الشروط التي تعمل في إطارها. وهي شروط وإن كانت نتاج صراع على القوة إلا أنها بمجرد أن تحرك الآلة فإنها تكون محكومة بمنطق عمل الآلة أكثر منها بالإنسان واضع هذه الشروط.

وقد يقول البعض إن فشل الدولة لا يعفي المجتمع من مسؤولياته، وتحديداً منظماته المدنية، من أن تقوم بدورٍ ما. ولكن المعضلة تبقى في أن هذه المنظمات، في بعض إن لم يكن كل المواقع العربية، وبفعل ضيق الفضاء الذي تتحرك في إطاره، وضعف إمكانياتها البشرية والفنية والمادية، يجعل من قدرتها على أن تكون رائدة في تبنّي الحل أو علاج المشكل محدودة إن لم تكن معدومة. بالإضافة إلى ذلك فإن فضاء المجتمع المدني يفتقر إلى منظمات تخصصية ورائدة في هذا المجال وقادرة على تقديم المعالجة المطلوبة. من هنا برزت المنظمات الدعوية والإرشادية الدينية لتلعب أدواراً في إعادة إنتاج قيم المحافظة وأنماط للفعل، وقد تشكلت في بعضها في مرحلة ما قبل الدولة.

* * *

وخلاصة القول إن دعوة البعض إلى حماية المجتمع من الفضاء السيبرني تحمل في مضامينها فعل الخوف من ناحية، ورفض المختلف والآخر من ناحية أخرى. وهو تعبير أقرب إلى فعل المؤسسات الأمنية منها إلى المعرفية. من هنا فإن المعالجة في نظرنا لا تبدأ بفعل الخوف، وبالتالي المنع والشطب والإغلاق، وإنما في القدرة على إحداث الفعل الموازي في الأفراد. هذا الفعل الذي في الوقت الذي يجعل من هؤلاء

الأفراد مقبلين على العالم الجديد بفعالية، فهو كذلك يجعل منهم قادرين على تحديد الضرر ومعالجته. فالفضاء السيبرني بات مؤثراً تأثيراً غير عادي في السياق الذي تعمل في إطاره مجتمعاتنا. وإن فهم هذا السياق وحجم التأثير يتطلب مدخلاً آخر في المعالجة يتجاوز المداخل التي عرف بها المجتمع العربي:كالمنع والإغلاق والشطب والتحريم. إنها حالة سياسية واجتماعية وثقافية جديدة تتطلب عملاً عقلياً متجاوزاً طرائق تفكيرنا التقليدية.

الفصل الثالث عشر

الإعلام والأخلاق: نماذج من انحرافات الإعلام الأمريكي والبريطاني خلال الحرب على العراق(*)

حسين سعد(**)

ـ ١ ـ

منذ القرن الماضي بات الصحافيون وأهل الإعلام والساسة وعامة الناس على وعي متعاظم بأهمية أخلاقيات الإعلام. وعكست اتحادات الصحافيين والنقابات المهنية خطورة الأمر مع وضع الضوابط والقواعد والمواثيق التي تنظّم مهنة الصحافة وتحمي الإعلام من مخاطر الدعاية والغوغائية والتحريض، وتحفظ مصالح المجتمع والجماعات من مزالق وانحرافات من شأنها أن تفقد الإعلام صدقيته، وتترك آثاراً في غاية السلبية والخطر على الوحدة الاجتماعية وتماسكها، فضلاً عن الترويج للحروب والتنابذ وتغذية مشاعر الحقد والكراهية.

وتنقل وسائل الإعلام نفسها حكايات وقصصاً عن اتّهامات ومحاكمات يتعرض لها الصحافيون، إضافة إلى فضائح تكشف تورط أجهزة مخابرات وشركات كبرى وحكومات وزعماء دول في عمليات خداع وافتراءات يقع ضحيتها الإعلاميون، أو ينقادون لها عن سابق إرادة وتصميم... كتقبّل الرشى مقابل نقل تقارير كاذبة، أو الانخراط

(*) نشرت هذه الدراسة، في: المستقبل العربي، السنة ٢٨، العدد ٣٢٥ (آذار/ مارس ٢٠٠٦)، ص ٦٤ ـ ٨٣.

(**) أستاذ في كلية الإعلام والتوثيق، الجامعة اللبنانية.

في عمليات تجسس على المستوى الدولي، والخلط بين برامج العلاقات العامة التي تقدّم مواد إخبارية أو تحقيقات على سبيل الدعاية، ولجوء المؤسسات الحكومية إلى عملية ترويج لمواقف واتجاهات، مستخدمة صحافيين محترفين، وذلك لنقل تقارير إخبارية من المفترض أن تلتزم الحياد في اطلاع الجمهور على وقائع وأحداث معينة.

من المسائل المثيرة للاهتمام، وإعادة طرح العلاقة بين السياسة والصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية، على سبيل المثال لا الحصر، ما تردّد في أوائل عام ٢٠٠٥ عن وزارات في إدارة الرئيس جورج بوش، في ولايته الثانية، من دفع رشى إلى الصحافيين أو إعداد تقارير زائفة، ونشرها من خلالهم. وأوردت مجلة **الإيكونوميست** (*Economist*) أن «الصحافي مايكل مكمانوس حصل على عشرة آلاف دولار من وزارة الصحة والخدمات البشرية للمساعدة في تدريب مستشاري الزواج. وقبل ذلك قضية الصحافية ماغي غالاغر التي حصلت على ٢١٥٠٠ دولار من وزارة الصحة والخدمات البشرية للمساعدة في إعداد كتيّبات تروّج للزواج، وقبلها مكافأة بـ ٢٤١ ألف دولار من وزارة التربية لمقدّم برنامج حوار يدعى أرمسترونغ ويليامز للمساعدة في ترويج «قانون عدم التخلّي عن أيّ ولد» الذي أصدره بوش[1].

كما تشير استراتيجيا حرب المعلومات في الولايات المتحدة الأمريكية، والمرتبطة على نحو مباشر بأحداث الحادي عشر من أيلول/ سبتمبر ٢٠٠١ إشكالية أخلاقية من نوع مختلف بين الجيش الأمريكي ووسائل الإعلام ورجال الصحافة، في الحملة المستمرة ضد ما تسمّيه الولايات المتحدة بـ «الحرب على الإرهاب» وتنظيم القاعدة والمجموعات المرتبطة بها، والناشطة في مجال توظيف صفحات بكاملها على الإنترنت، وتسريب المعلومات في كل اتجاه.

ومن القصص المتصلة بأدوار يقوم بها صحافيون في خدمة الاستخبارات ما كشفه الصحافيان الفرنسيان فيليب كوهين وبيار بان (Pierre Pean & Philippe Cohen) عن مقالات كتبها أحد أبرز العاملين في صحيفة **لو موند** (*Le Monde*) الباريسية الذائعة الصيت، في كتابهما **الوجه الخفي للعالم** (*La Face cachee du monde*)، ويدعى إيف بونيه، بتشجيع من إيرواي بلانييل (Plenel)، مدير التحرير في الصحيفة، بذريعة تسجيل «سكوب» (Scop) (سبق صحافي) لخدمة فرنسا، إذ نشرت عنواناً على الصفحة الأولى في **لوموند**، بعنوان: «وثيقة: كيف يعمل الجواسيس السوفيات في الغرب» :Document)

---

(١) عن **الإيكونوميست**، انظر ترجمة نسرين ناصر، في: **النهار**، ١٠/ ٢/ ٢٠٠٥.

(Comment les espions sovietiques travaillent a l'ouest)[٢]، الأمر الذي أحدث أزمة داخل قصر الإليزيه في أيام فرانسوا ميتران الرئيس الفرنسي آنئذٍ.

ومن الأسباب التي أفضت إلى اعتبار مسألة الأخلاقيات تلحُّ على العاملين في حقل الإعلام تزايد اعتماد رجال الاقتصاد والأعمال والسياسة على الصحافة والإعلام المرئي والمسموع، الأمر الذي أدَّى إلى قيام صراعات على صلة بالضمير الإعلامي، بين قيم التجرّد، والموضوعية والحقيقة، وآداب المهنة[٣] على العموم، وقيم الأعمال الحرَّة على الخصوص.

والواقع أنَّ هذه الصراعات قد أثارت الاهتمام بتمويل وسائل الإعلام، وتعزيز الرقابة الذاتية على نشر الأخبار وكتابة التعليقات. وأعطت الصحف الكبرى تعليمات لمحرريها بوجوب التزام مبادئ المهنة لجهة مصادر المعلومات، والابتعاد عن «المصدر المجهول»، وكذلك الأمر بالنسبة إلى الهدايا. وتطلب بعض الصحف في أمريكا من «المحررين توقيع تعهد بعدم قبول هدايا ممن هم مصادر أخبار بالنسبة إليهم، وإبلاغ إدارة التحرير بأيّ هدية يتلقونها من هذه المصادر»[٤].

ومنذ أن أصبحت الصحافة مهنة تدرس في معاهد وجامعات خاصة بها بهدف رفع مستوى الصحافة من خلال تأكيد الالتزام بـ «الصدق في نقل الأنباء والآراء وعرضها بصورة جميلة»[٥]، حتى أصبحت مادة التشريعات وواجبات الصحفي والأخلاق الإعلامية مادة دراسية من ضمن المقررات التي تدرَّس للطالب في كليات الصحافة ومعاهد الإعلام.

ومن الأسباب التي دفعت إلى الاهتمام بأخلاقيات الإعلام تحوّل رجال الصحافة إلى رجال سياسة وأعمال، والقيام بأدوار لا تمتّ بصلة إلى مهنة «البحث عن المتاعب»، ويقف وراءها السعي إلى الكسب السريع. وتزايد في السنوات الأخيرة الاشتغال بأخلاقيات الإعلام من باب الحرص على آداب المهنة وسمعة العاملين فيها. وانبرت

---

(٢) انظر: *Le Monde*, 28/3/1985, et Pierre Péan et Philippe Cohen, *La Face cachee du Monde: Du contre-pouvoir aux abus de pouvoir*, document ([Paris]: Mille et une nuits, [2003]), p. 96.

(٣) تنقل ماجدة أبو فاضل، في دراسة لها عن أخلاقيات العمل الإعلامي بين مصلحة المؤسسة والمصلحة العامة عن فريد براون نائب رئيس لجنة أخلاقيات العمل في جمعية الصحافيين المحترفين في الولايات المتحدة أن «جذور المهنة تعود إلى دقة نقل الخبر والسلوك المسؤول تجاهه».

(٤) أدمون صعب، «الشفافية والمساءلة في غرف التحرير،» **الدراسات الإعلامية** (القاهرة)، العدد ١٠٨ (تموز/يوليو ٢٠٠٢).

(٥) روبرت ريمون، **صناعة الصحافة** (بيروت: دار العلم للملايين، ١٩٦٢)، ص ١٢٥.

الجامعات والمؤسسات الرسمية ومنتديات الإعلام لإعداد مواثيق شرف وتنظيم مؤتمرات وندوات خبراء إعلاميين، على مستوى المجمّعات المهنية، وفي الإطارين الإقليمي والدولي.

التفت العرب، على مستوى القمة، إلى أهمية تنظيم عمل الإعلام العربي على مستوى مهني وأخلاقي. وأقر مجلس الجامعة في دورته السبعين تاريخ ١٤ أيلول/ سبتمبر ١٩٧٨ ميثاق شرف إعلامي عربي وقومي «إيماناً» بالدور الكبير للإعلام في تعبئة الرأي العام في الوطن العربي لتقرير المصائر القومية في هذه المرحلة الدقيقة الحاسمة في تاريخ العرب المعاصر وصولاً إلى تحقيق الوحدة العربية[٦].

وأدت ثورة المعلومات التي تزامنت مع التطورات الهائلة في الحاسبات الآلية، وصناعة البرمجيات، وصولاً إلى شبكة الإنترنت إلى إيجاد علائق جديدة على مستوى العالم بأسره، فمن الكيانات الكبيرة إلى تحوُّل الكوكب إلى قرية كونية، وبروز «العولمة» كظاهرة تعيد تشكيل الجماعات والأمم، وجد العرب أنفسهم وجهاً إلى وجه أمام الاستمرار بترتيب نظامهم الإعلامي، ولا سيّما في مجال تعزيز المواثيق والقواعد الأخلاقية والالتزامات المهنية. وأمر مجلس وزراء الإعلام العرب في دورته العادية الرابعة والثلاثين التي عقدت بين ١٦ ـ ٢٠ حزيران/ يونيو ٢٠٠١ في بيروت «ميثاق الشرف الإعلامي العربي» الذي عدَّل ميثاق عام ١٩٨١، في ضوء متغيرات شملت مجالي الإعلام والمعلومات، على اعتبار أن العالم أصبح مربوطاً بوسائط متعدّدة سواء أكانت إعلامية أم معلوماتية[٧].

يقع الميثاق في ثلاثة أبواب: المنطلقات، والمبادئ والأهداف، ومواد الميثاق، ويتألف من ٢٥ مادة تحدّد أبرز النقاط التي على الإعلام العربي مراعاتها، كحماية الهوية العربية والحرص على التضامن والتعريف بالوطن العربي والالتزام بالموضوعية والأمانة ونبذ التعصّب. وحثّت المادة الثامنة منه على «الالتزام بالصدق والدقة في ما يبثّه الإعلام العربي من بيانات ومعلومات وأخبار واستقائها من مصادرها الأساسية، وتحرّي ذلك في مختلف الأشكال الإعلامية، والالتزام بتصويب أية أخطاء في هذا الصدد»[٨].

---

(٦) راسم محمد الجمال، **الاتصال والإعلام في الوطن العربي**، ط ٣ (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٤)، ص ٦٨ ـ ٦٩.

(٧) مشروع الميثاق، رفعته اللجنة الدائمة للإعلام العربي في دورتها بين ١٦ ـ ٢٠ حزيران/ يونيو ٢٠٠١، وأودعت نسخته الأصلية لدى الأمانة العامة لجامعة الدول العربية.

(٨) انظر نصّ الميثاق بمواده كافة في أرشيف الجامعة العربية.

ولـم يقتصر الأمر على إرسـاء قواعد الـتزام مهني على المستوى الرسمي، بل كان للتنظيمات المهنية دور ريادي في هذا الشأن، فقد نصّ دستور «اتحاد الصحافيين العرب» الذي صدر عن الاجتماع التأسيسي في الحادي والعشرين من شباط/ فبراير ١٩٦٤ على مسؤوليات الصحافيين العرب المهنية والأخلاقية حيال مجتمعهم، وهذه المسؤوليات تُعَدُّ ملزمة للصحافيين العرب بحكم التزامهم بالقواعد المهنية لنقاباتهم المكوّنة للاتحاد[٩]، الذي بقي متمسكاً بدستوره وبالمواثيق الصادرة عن الجامعة العربية، وهو يعمل تحت شعار «حرية ومسؤولية»، من أجل «ترسيخ تقاليد حرية العمل الصحافي والدفاع عن حقوق الإنسان العربي والمسؤولية تجاه قضايا الوطن والأمة»[١٠]

قضى ميثاق الشرف العربي بعدم السعي وراء منفعة شخصية، والافتراء والتشهير المتعمّد، أو سوق التهم التي لا تستند إلى دليل، أو انتحال أقوال ونسبتها إلى الغير، أو إثارة الغرائز بالكتابة والرسوم، أو إشاعة الانحلال والابتذال والخروج على الآداب والأخلاق العامة[١١].

بصرف النظر عن مدى تطبيق مواثيق الشرف في الإطارين المحلي والإقليمي، وحتى الدولي، والأسباب التي تُبقي مبادئ تنظيم المهنة وآدابها حبراً على ورق، في بعض الحالات، فإن الأمر المستجد هو تطور الوعي بأهمية أخلاقيات الإعلام.

ويتفاوت لدى أهل الصحافة والعاملين فيها مدى التعامل بجدية مع الانحرافات الأخلاقية. وثمة من لا يأخذ على محمل الجدّ والحزم تلك الانحرافات، والسبب يعود إلى أنهم يرون أن الخروج على الآداب المهنية لا يعدو أن يشكّل حالات نادرة أو شذوذاً عن المألوف، لا يقوى ممارسوه من الإعلاميين على الدفاع عنه، ومشكلة فعله تكمن في شخصية الصحافي، وما يمكن أن يشوبها من خلل عقلي أو هوس يدفع بصاحبه إلى ممارسة عمليات الانتحال والخداع، من دون أن يكون لالتزامات الإعلام دخل في مسالك الانحراف والزلل، لأن الأصل الاستقامة والنزاهة وليس خلافهما.

وعليه، تبدو الممارسات الخاطئة غريبة عن مفهوم الإعلام بوصفه «أداء موضوعياً»، إذ ينقل الإعلام الوقائع والأخبار، ويسند المعلومات إلى مصادرها،

---

(٩) الجمال، **الاتصال والإعلام في الوطن العربي**، ص ٦٢.

(١٠) انظر المادة (٣) من النظام الأساسي للاتحاد العام للصحفيين العرب، من مطبوعات الاتحاد، تشرين الأول/ أكتوبر ٢٠٠٠، القاهرة.

(١١) الجمال، المصدر نفسه، ص ٦٢.

وينشر الأحداث بصورة مجرَّدة عن المشاعر والأهواء، ويقدّم خدمات جُلّى إلى الرأي العام الذي بإمكانه الحكم على ما يجري، واتخاذ مواقف ومسالك إزاءها. ولا يترتب على ذلك أن يشغل الإعلاميون أنفسهم بميتافيزيقا الموضوعات الأخلاقية: «ما يجوز وما لا يجوز»، وهم بصدد البحث عن الحقائق والوقائع، فالإعلامي ينقل خبر الحرب بصرف النظر عن أخلاقية الحرب: عادلة أو ظالمة. والصحافي يطلع الناس على الجرائم بعيداً عن إحساسه الشخصي أو مشاعره أو موقفه من حصولها أو عدمه.

وإذا كان صحيحاً أن على الصحافيين اتباع معايير أخلاقية في الحصول على المعلومات من مصادرها، وتوخّي الدقة والتوازن والموضوعية وعدم إثارة الغرائز والتحريض ـ وهذه مبادئ قاطعة وواضحة ـ فإن الصحيح أيضاً أن ليس من شأنهم التستر على جرائم الشرف، فالإعلام، بذاته يشكّل ملاذاً للموضوعية بمنأى عن الموقف الأخلاقي من الأحداث التي تحصل للبشر على الأرض.

ربَّما يتجادل البعض في ما إذا كان الإعلام والإعلاميون بحاجة إلى مدوَّنة سلوك أو «وصايا أخلاقية» لدى ممارسة العمل، بحجة أن الصحافيين مثلهم مثل سائر الناس في المجتمع، يأخذون بأخلاق مجتمعاتهم، ويتعلمون آداب السلوك في بيئاتهم العائلية والمدرسية منذ الصغر.

ـ ٢ ـ

قبل التطرُّق إلى الأسباب التي تؤدي إلى الانحرافات الأخلاقية في الإعلام، أتشدد في مسألة قد لا يكون ثمة خلاف حولها أو عليها، هي أن لكل مهنة من المهن، بعد التقسيم الاجتماعي للعمل، أخلاقها وآدابها الخاصة الناجمة عنها.

بهذا المعنى يمكن اعتبار أن مهنة الصحافة، مع التطورات التي طرأت عليها منذ أن تحوّلت إلى صناعة، وبات اقتصاد الإعلام من أكبر الاستثمارات على النطاقين المحلي والإقليمي، تسجّل أرباحاً طائلة للشركات الكبرى. وتقدَّر معاملات صناعة الاتصالات عام ١٩٩٥ بألف مليار دولار، ترتفع خلال «الخمس سنوات القادمة إلى حوالى ألفي مليار دولار، أي ما يعادل ١٠ بالمئة من التجارة العالمية»[١٢].

(١٢) محمد شومان، «عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامي العربي،» **عالم الفكر**، السنة ٢٨، العدد ٢ (تشرين الأول/ أكتوبر ـ كانون الأول/ ديسمبر ١٩٩٩)، ص ١٦٣.

ومن الواضح أن مكانة الصحافة في المجتمع المالي تفتح شهيات العاملين فيها إلى الشهرة والكسب غير المشروع، ففيها من الإغراءات المالية ما فيها، وفيها من المنافذ إلى الشهرة ما فيها أيضاً، فضلاً عن حجم الأسرار والمعلومات التي قد تتجمَّع في أدمغة «وسيديات (C.D)» الصحافيين اللامعين.

من الأسباب التي تؤدي إلى انتهاك الأخلاق الإعلامية أن بعض الصحافيين الطامحين إلى الشهرة والمال والنجاح قد لا يجدون سبيلاً عبر رواتب محدودة تكبر أو تصغر تبعاً لوضعيات المؤسسات التي يعملون فيها، وتتأثر على هذا النحو أو ذاك بشروط العمل وسلاسل الرتب والرواتب، ولأن الصحافة توفّر لهم المجال للكسب، تراهم ينتهزون الفرصة السانحة للخروج على ضوابط الآداب المهنية.

ومع الدور المتعاظم للإعلام باتت السفارات وأجهزة الاستخبارات والشركات الكبرى تبحث عن «إعلاميين مرتزقة» تغريهم بالمال وتعدهم بالمناصب مقابل صياغة مقالات «غبّ الطلب» أو نشر معلومات تفتقر إلى الأسباب المؤدية إلى الدقة والموضوعية.

ومن الإخلال بأخلاقيات الإعلام أنه من غير الممكن كشف حقيقة الخداع أو الغشّ في التقارير الإخبارية قبل نشرها بالنظر إلى خصوصية المادة الإعلامية المفترض أن تستند إلى مصادر، وأن يحظى كاتبوها بالثقة في عالم يسبح فوق بحر من المعلومات، ويغصّ بالأحداث والأخبار التي باتت تغطي جوانب النشاط الإنساني كافة، فضلاً عن الأخبار المتصلة بالطبيعة والبيئة، وحتى الفضاء.

ثمة من يذهب إلى التربية وعلم النفس بحثاً عن تعليل لمظاهر الانحراف الصحافي باعتبارها ناجمة عن مسببات مرضية (باثولوجية) تعود إلى البيئة الاجتماعية والاقتصادية للأطفال الذين يصبحون إعلاميين، وترتبط بمراحل التعليم والتربية الناقصة، أي التي لا تعطي أهمية للمادة الأخلاقية، بما في ذلك مراحل التعليم الجامعي، ما يفتح المجال لعدم الاتفاق بين الصحافيين حول قواعد المهنة والحاجة الملحّة إلى الالتزام بآدابها.

ومن دون الغوص في الأسباب ـ المبرّرات التي تؤدي أو توفّر الفرصة الملائمة للانحراف عن آداب المهنة، فإنه لأمر خطر أن تفقد صحيفة أو وسيلة إعلامية سمعتها بسبب انتهاكات أدبيات المهنة.

وذهبت أكثر الدول ليبرالية وسمعة في مجال حقوق الإنسان والحريات إلى وضع مواثيق شرف؛ ففي فرنسا، وبدءاً من العام ١٩١٨، وضعت نقابة الصحافيين الفرنسيين «ميثاق شرف»، ثم راجعته ونقّحته بصيغة معدّلة سنة ١٩٣٨ ليصير واحداً من مواثيق الشرف الأكثر تأثيراً في حركة الالتزام الإعلامي بأدبيات المهنة[١٣].

تكاد مواثيق الشرف غير الرسمية أن تصبح مادة لا غنى عنها للصحافيين والمجتمعات من أوروبا إلى أمريكا، مروراً بما كان يسمى بـ «العالم الثالث».

قد لا تتفق الاتحادات الصحافية على قانون موحّد للسلوك، لكنها تحرص دائماً على قائمة ممنوعات. ففي الولايات المتحدة التي تهتز سمعة وسائل إعلامها من وقت إلى آخر بالنسبة إلى كثرة تكرار التجاوزات الأخلاقية أو ما يسمى بالفضائح، قد يتفق الصحافيون أو معظمهم على الأقل على أنه من المفترض ألّا يقدم الإعلاميون على «فعل عشرة أشياء:

(١) الكذب بالكلمة المكتوبة أو على الهواء.

(٢) الكذب على المصدر أو تهديده.

(٣) نقل الشائعات أو المعلومات غير المؤكدة.

(٤) فرض رأي أو حذف رأي لا يوافق عليه المرء.

(٥) إبداء المحسوبية أو التحيّز الشخصي في ما ينقله المرء أو يكتبه.

(٦) تقديم المرء لنفسه بصفة غير صفته، أو اللجوء إلى الخداع للحصول على قصة ما (إخبارية).

(٧) سرقة الكلمات أو الأفكار (حيث يمكن للصحافيين استخدام الكلمات مع نسبتها إلى أصحابها).

(٨) التنصّت على المكالمات التلفونية أو تسجيلها من دون إذن.

(٩) استخدام المرء منصبه لتحقيق مكاسب شخصية (كأن يقبل هدايا من المصادر).

---

(١٣) كريستيان أوسي، «أخلاق الإعلام، أم الأدبيات الإعلامية،» (مساهمة ألقيت في الندوة الدولية حول أخلاقيات الإعلام في العالم العربي، منشورات الجامعة اللبنانية الأميركية LAU)، ص ٦ ـ ٧.

(١٠) القيام بأي أمر يمكن تفسيره على أنه «صراع مصالح» (مثال ذلك كتابة الخطب السياسية لمرشّح تغطى أخباره في الانتخابات»[١٤].

أدى إدراك الحاجة إلى إعداد شخصية الصحافي على الصعد المهنية والخلقية والفكرية إلى وعي المخاطر الناجمة عن ممارسات الصحافي الجاهل في المجتمع الحديث، حيث تعتمد ملايين الناس على الصحافة والإذاعات ومحطات التلفزة والفضائيات والإنترنت في تكوين ثقافتهم الأدبية والسياسية والاقتصادية والعلمية، وفي اطلاعهم على ما يستجدّ في هذه المجالات، وبلورة الرأي العام إزاء ما يعترض الأمم والشعوب من مشكلات تتعدى الحرب والسلام إلى مصير الجنس البشري ككل.

على نحو مبكّر وضعت لجنة حرية الإعلام التابعة للمجلس الاقتصادي والاجتماعي (إحدى منظمات الجمعية العامة للأمم المتحدة) عهد الشرف الدولي للصحافيين قبل أكثر من نصف قرن (عام ١٩٥٢)، ليكون «قانوناً» للسلوك المهني لكل فرد مكلّف بتحرّي ونقل وإذاعة الأنباء والمعلومات والتعقيب عليها، أو معهود إليه في أن يصف بالقلم أو الكلام أو بأي طريقة أخرى من طرق التعبير عن الحوادث الجارية»[١٥].

توضح المادة الثانية من الميثاق المشار إليه آداب الصحافة الجديرة بالاحترام، فهي تنصّ على التالي: «تتطلب المزاولة الشريفة للمهنة الصحافية الإخلاص للمصلحة العامة، ولذلك يجب على الصحافيين أن يتجنبوا السعي وراء منفعتهم الشخصية أو تأييد المصالح الخاصة المتعارضة مع المصلحة العامة أياً كانت الأسباب والدوافع، فالافتراء والتشهير المتعمَّد، والتهم التي لا تستند إلى دليل، وانتحال أقوال الغير؛ كل ذلك يعدّ غلطات مهنية خطيرة، وإخلاص النية إزاء الجمهور يعتبر أساساً للصحافة المحترمة الجديرة باسمها، وكل نبأ يتضح كذبه وضرره بعد إذاعته يجب تصحيحه على الفور طواعية، كما يجب صياغة الشائعات والأنباء التي تفتقر إلى الإثبات في قالب متّسم بطابعها الحقيقي».

من العودة إلى المواثيق المقترحة يبدو أن ثمة اعترافاً بأهمية أخلاقيات الإعلام، وتعريف الصحافيين بها، وتدريبهم على الالتزام بها، والتقيّد بآدابها. وهذا يترتب عليه

(١٤) جون هاملتون [وآخرون]، **صناعة الخبر في كواليس الصحف الأمريكية**، ترجمة أحمد محمود (القاهرة؛ بيروت: دار الشروق، ٢٠٠٠)، ص ١٣٧.

(١٥) من الديباجة، في ملحق «عهد الشرف الدولي للصحفيين».

تعلم الأخلاق الصحافية لمن يرغبون في ممارسة مهنة الإعلام، لأنه، وعلى الرغم من كثافة التعليم الأخلاقي الذي يأخذ مكانه في الطفولة، فإن علم النفس الارتقائي يؤكّد أن الناس يواصلون تعلّم الأخلاقيات طوال الحياة.

يضاف إلى ذلك أن آداب المهن لا يمكن اكتسابها إلا عن طريق الممارسة والعمل، ومنها بالطبع مهنة الصحافة، الأمر الذي فرض ضرورة ربط النظرية الأخلاقية بالممارسة الفعلية. والتعلّم النظري للخلقية الإعلامية يحتل مكاناً في الدراسة الجامعية والدراسات العليا، وكذلك في التربية المهنية.

من حيث المبدأ أصبحت الشهادة الجامعية مع التأهيل الصحافي شرطاً من شروط مزاولة المهنة، ولعبت معاهد ومدارس الصحافة منذ الخمسينيات في المنطقة العربية والعالم دوراً ملموساً في هذا المجال.

وفي لبنان افتتحت كلية الإعلام والتوثيق ـ التي تستقبل سنوياً ما لا يقل عن ٤٠٠ طالب وطالبة في فروع الصحافة والعلاقات العامة وإدارة المعلومات وعلم المكتبات ـ معهداً بدأ بالتدريس عام ١٩٦٩[١٦]، أسوة بما كانت عليه في أمريكا وأوروبا وآسيا والبلدان العربية، ذلك لأن الإعلام الذي أصبح «علماً وفناً يطلب من الذي يتولاه أن يكون مهيَّأً لأداء مهمته إن كان من جهة الثقافة العامة أو من جهة التخصص»[١٧].

كانت مادة الأخلاق الإعلامية والمواثيق ولا تزال من جملة المواد الدراسية التي تندرج ضمن دائرة الإعداد المهني، ولا سيّما ضوابط وقواعد ممارسة مهنة الصحافة. وهذا إقرار بالأهمية المتزايدة بضرورة بناء شخصية أخلاقية للإعلامي قادرة على التعامل مع الأحداث والمسائل التي تهمّ الرأي العام، كما تهمّ الدول والحكومات على حدّ سواء.

ومن الثابت لدى العاملين في مهنة الإعلام أن تغطية أحداث كبيرة كالحروب أو التحقيقات عن الفضائح وأشكال الفساد في المجتمعات أو الاكتشافات العلمية والطبيعية المذهلة تتطلب نظاماً عملياً أخلاقياً يتجاوز ما يتعلمه المرء في رياض الأطفال أو المدارس في المراحل التمهيدية.

---

(١٦) أنشئ معهد الصحافة بموجب المرسوم رقم ٨٣٣٩ الصادر بتاريخ ٥ تشرين الأول/ أكتوبر ١٩٦٧، وجاء قانون تنظيم الجامعة اللبنانية بتاريخ ٢٦ كانون الأول/ ديسمبر ١٩٦٧، ليثبت هذا الإنشاء.

(١٧) انظر محاضرة خليل الجميل التي ألقاها حول «الإعلام في الحياة الخاصة» في ٣٠ كانون الثاني/ يناير ـ ٩ حزيران/ يونيو ١٩٦٩، ص ١٠.

ومهما يكن من أمر الجدل حول الأسباب التي تؤدي إلى الانحرافات الأخلاقية في مجالات الإعلام على اختلافها (طبيعة المهنة، الهيئات الحاكمة، الصحافيون المرضى أو المصابون بعوارض نفسية غير سوية)، والجهات التي تشترك فيها، فإن التجربة دلّت على الحاجة إلى ما يمكن تسميته «الأخلاق الرسمية» على مستوى آداب مهنة الصحافة وممارستها، ذلك لأن الإعلام مكتوباً ومسموعاً ومرئياً بات يشكّل مؤسسة إجتماعية كبرى في كل بلد، وعلى مستوى العالم بأسره، ينخرط فيه عشرات الألوف من العاملين، ويتأثر بنتائج ما ينشر ويعمَّم من معلومات عن الأحداث وتعليقات ملايين البشر عليها من كل الأعمار والأجناس والمستويات.

ليست الغاية من هذه المقاربة الدعوة إلى إعداد صحافيين أخلاقيين من جنس الملائكة أو القديسين، فهذا ضرب من التفكير اللاواقعي، غير أن تعليم الطلاب الذين سيحترفون مهنة الإعلام في عالم مضطرب المصالح ومتعدّد الأهواء والنزعات، تغلب عليه أخلاق مجتمعات «دوار الاستهلاك»، وسط سباق غير مألوف بين السلع والحاجات المادية، أمر في منتهى الأهمية لصالح مهنة الإعلام والرأي العام والاستقرار الاجتماعي والسلام بين الدول والشعوب.

بيد أن الأمر لا ينبغي أن يقتصر على اعتبار الإساءات لآداب السلوك الصحافي تقتصر فقط على أهل الصحافة، فالدول والحكومات ليست بريئة من الآثام والشرور الناجمة عن التدخلات في عمل الصحافة والصحافيين في كثير من الأحيان.

من المؤكّد أن مدوّنة السلوك وحدها لا تكفي لحماية الصحافيين من تشويه الحقيقة والابتعاد عن الموضوعية أو خدمة مآرب الحكومات والدول، فالحكومات غالباً ما تحول دون وصول المراسل إلى مصادر المعلومات، ومقابلة المسؤولين في بلد يشهد أحداثاً تهمّ الجمهور، ليس في الإطار المحلي أو الإقليمي، بل على النطاق الدولي ككل.

لذا تركز الندوات والمؤتمرات وحلقات الأبحاث العالمية التي تجمع ناشري صحف ورؤساء تحرير وخبراء إعلاميين على تحديد الثغرات التي تترتب على مسؤولية الحكومات وأجهزة الإستخبارات. ومنذ أيام الحرب الباردة لاحظت لجنة تابعة لليونسكو تضم ستة عشر خبيراً برئاسة الإيرلندي شون ماكبرايد (حائز جائزة نوبل وجائزة لينين للسلام) أن «استخبارات عدة بلاد قد جنّدت في وقت ما بعض الصحافيين لكي يقوموا بنشاط تجسسُّي مختبئين وراء عملهم الصحافي. وهي تسبب

هذه الممارسة لأنها تضرّ بسمعة المهنة، وتضع الصحافيين موضع الريبة، وتعرضهم للمخاطر الجسدية، وتطلب اللجنة من الصحافيين والمؤسسات الصحافية أن يقاوموا كل محاولة من هذا القبيل. كما تلحّ على الحكومات بأن تمتنع عن استخدام الصحافيين في أعمال التجسس»[١٨].

يكشف فحوى تقرير اللجنة الدولية عن أن المعايب الأخلاقية التي تسيء إلى الآداب الصحافية لا تتعلق مسؤوليتها بالصحافيين وحسب، بل تتناول الحكومات وأجهزة المخابرات والدول، وهذا عمل غير أخلاقي يستوجب الشجب والإدانة بالنظر إلى المخاطر الكبيرة الناجمة عن تجنيد الصحافيين في عمليات استخباراتية تؤدي إلى إلحاق الأذى بسمعة المؤسسات الصحافية وشرف المهنة على وجه العموم.

ومن الممارسات الحكومية التي تسيء إلى الأمانة الصحافية، لجوء حكومات ودول من تلك الأنظمة الليبرالية أو التي ما تزال تعيش في ذهنية الأنظمة الشمولية أو الاستبدادية إلى تزويد الصحافيين بتقارير كاذبة. «كل الحكومات من دون استثناء تكذب وواجب الصحافي أن يكشف الحقيقة»[١٩].

على أن لمسألة العلاقة بين الصحافة والحكومات، من الوجهة الأخلاقية، أوجه تضارب مصالح تصل إلى حدّ الصدام، فالحكومات تتذرع بالمصلحة العليا وحماية أسرار الدولة، والصحافة تنبري للنشر واطلاع الرأي العام على ما يجري من زاوية حرية الإعلام وحرية نقل وتداول المعلومات، بوصفها إحدى الحريات التي يكفلها الإعلان العالمي لحقوق الإنسان[٢٠].

ثمة جدلية تعارض تحكّم العلاقة بين السلطة والإعلام يترتب عليها إشكاليات أخلاقية تذهب إلى توزيع المسؤولية تارة على الحكومات، وتارة على الصحافة والصحافيين، الأمر الذي يدفعنا إلى التساؤل عمّا إذا كانت الصحافة المعاصرة، من وجهة نظر سوسيولوجيا متشائمة عبّر عنها عالم الاجتماع الألماني ماكس فيبر (Max

---

(١٨) خليل صابات، «النظام الجديد للإعلام الدولي،» **عالم الفكر**، العدد ٤ (كانون الثاني/ يناير ـ آذار/ مارس ١٩٨٤)، ص ٤٧.

(١٩) انظر مداخلة روجر ماتيوز في ندوة الصحافة العالمية، باريس، ٣٠ ـ ٣١ تشرين الأول/ أكتوبر ١٩٨٤، **النهار العربي والدولي**، ٢٦/ ١١/ ١٩٨٤.

(٢٠) تنص المادة ١١ من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان على أن «حرية نشر الأفكار والآراء حق من أثمن حقوق الإنسان» (انظر الإعلان العالمي).

(Weber[21]، بقوله عن الصحافي: «إنه يفلت من كل تصنيف اجتماعي دقيق. إنه ينتمي إلى نوع من طبقة منبوذين يقيّمها المجتمع وفق سلوك ممثليها الأقل جدارة من وجهة النظر الأخلاقية. لهذا السبب تنشر الأفكار الأكثر سخافة عن الصحافيين وعن مهنهم»[22].

من الوجهة السوسيولوجية قد يقود البحث عن مزايا الصحافيين وموقعهم في سلم التراتبية الاجتماعية ومسألة العلاقة داخل السلطات العليا في المجتمع إلى البحث في المكوّنات الاجتماعية والفكرية والطبقية للإعلاميين، وفي مستوى البنى الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع الذي فيه يعملون. أمَّا في الجانب الأخلاقي، فلا يجوز أن يقتصر البحث على المسائل الأخلاقية المتعلقة بالإعلام وأهله على وجه التخصيص، بل لا بدَّ من أن يتناول أيضاً المسؤوليات الأخلاقية للمؤسسات الصحافية والشركات الكبرى (الإعلان) ومؤسسات الدولة الرسمية (الحكومة، والوزارات، وأجهزة الأمن، والقوانين) وسوى ذلك.

غالباً ما يتدخل القضاء مستخدماً القانون لفضّ النزاعات التي تنشأ بين الصحافة والسياسة على خلفية تجاوزات لآداب المهنة تعجز مدوّنات السلوك ونقابات الصحفيين عن البتِّ فيها، غير أن ثمة هيئات رقابة عليا في المجتمعات، مثل الكنيسة، ومؤسسات الرأي العام، ومؤسسات استطلاع الرأي، يمكنها أن تشكّل عوامل رقابة وضغط من أجل أداء أكثر أخلاقية في المؤسسات الصحافية.

في رسالة لمناسبة اليوم العالمي الـ ٣٧ للاتصالات، رأى البابا الراحل يوحنا بولس الثاني (توفي عام ٢٠٠٥) أن «من واجب الصحافيين، وخصوصاً المعلقين، أن يتّبعوا أوامر ضميرهم ويقاوموا الضغوط الهادفة إلى تكييف الحقيقة مع متطلبات الأغنياء أو السلطة السياسية»[23].

من وجهة نظر الكنيسة، وهي أعلى سلطة من سلطات الضوابط الأخلاقية في المجتمعات الغربية الليبرالية، تتعرض الحقيقة ـ التي ينبغي أن يطلع الرأي العام عليها كما هي لتسديد رقابته على الحكومة وممارسة دوره من أجل الصالح العام ـ للضغوط

(٢١) ماكس فيبر (Max Weber) (١٨٦٤ ـ ١٩٢٠) عالم اجتماع ألماني، أشهر مؤلفاته: **الأخلاق البروتستانتية وروح الرأسمالية**.

(٢٢) ماكس فيبر، **رجل العلم ورجل السياسة**، ترجمة نادر ذكرى (بيروت: دار الحقيقة، ١٩٨٢)، ص ٧٠ ـ ٧١.

(٢٣) يوحنا بولس الثاني (Jean Paul II) (١٩٢٠ ـ ٢٠٠٥) ولد في بولندا، سيم كاهناً في كراكوفيا عام ١٩٤٦، انتخب بابا الفاتيكان عام ١٩٧٨، وهو البابا رقم ٢٤٦، أحدث ثورة في المفاهيم الكنسية، وجال على معظم عواصم العالم.

من الأغنياء، أصحاب رؤوس الأموال، والشركات الكبرى، أو من الحكومات. والحلُّ من وجهة النظر تلك هو في الاحتكام إلى الضمير الصحافي، أيْ إلى مجموعة القيم العليا التي يؤمن بها كاتب المقالة.

ترتكز استطلاعات الرأي في أمريكا وأوروبا على إظهار سمعة الصحف ومكانتها بالنسبة إلى الرأي العام والخبراء كسلطة من سلطات الرقابة على الأداء الصحافي، فقد أدت الفضائح التي عانت منها **نيويورك تايمز**، وهي من كبريات الصحف الأمريكية، إلى تراجع الصحيفة من المركز الأول عام ٢٠٠٣ إلى المركز السادس، وانخفضت نسبة من اختاروها كأفضل صحيفة من ٢١,٣ بالمئة إلى ٨,١ بالمئة.

وقالت مؤسسة «انترناشيونال ميديا بنهيلف» السويسرية ـ في أحدث استطلاع لها شمل مسؤولين تنفيذيين وساسة ومحاضرين جامعيين وصحافيين ومتخصصين في مجال الإعلان من ٥٠ دولة ـ إن ١٩,٤ بالمئة اختاروا **فاينانشال تايمز** البريطانية كأفضل صحف العالم. ولاحظت المنظمة في بيانها أن نتائج الاستطلاع أوضحت أن **نيويورك تايمز**[٢٤] تعاني بسبب فضائح، بينما تحتفظ المطبوعات التي تصدر باللغة الألمانية بسمعتها الجيدة عالمياً»[٢٥].

ـ ٣ ـ

ومن أجل إلقاء الضوء على الإشكالات الناجمة عن صعوبة الملاءمة بين الأخلاقيات والإعلام، سأناقش بعض الحالات الحديثة في الممارسة الصحافية تولّد عنها الجدل والتساؤلات في المسائل الأخلاقية:

أ ـ قضية كوبر وميلر أو لعنة «سي. آي. إيه» (C.I.A.)

ماثيو كوبر صحافي في مجلة **تايمز** الأمريكية، وجوديت ميلر مراسلة صحيفة نيويورك تايمز الأمريكية أيضاً. الأول نجا من سجن لمدة ثمانية عشر شهراً. أمّا الثانية

(٢٤) **نيويورك تايمز**: صحيفة يومية أمريكية، من أشهر الصحف في أمريكا والعالم، صدرت يوم ١٨ أيلول/ سبتمبر ١٨٥١، أصابت نجاحاً من العدد الأول. دأبت على الاحتفاظ بلهجة هادئة وعقلانية منذ صدورها، واعتبرت النموذج للنوع الأرفع والأسمى من الصحافة. تميزت بإيلاء الاهتمام للأخبار الخارجية على نحو ما هو حاصل بالنسبة إلى الأخبار المحلية.

(٢٥) استطلاع للرأي، عممته وكالة رويترز بتاريخ ٥ تموز/ يوليو ٢٠٠٥. انظر أرشيف الوكالة: <http//:www. Reuters.com/news/defult.aspx>.

فحُكِم عليها بالسجن أربعة أشهر. السبب أن كوبر سُمِح له بكشف مصدر معلوماته، أمّا الثانية فقد التزمت الصمت حيال هوية المصدر الذي سرّب إلى الصحافة اسم عميلة الاستخبارات الأمريكية فاليري بلايم. المشكلة أن القانون الأمريكي يعتبر كشف أسماء عملاء C.I.A. جريمة يعاقب عليها القانون، كونها تعرّض حياة العميل، وربّما المصالح الوطنية للولايات المتحدة للخطر، وتقضي المبادئ الأخلاقية في العمل الإعلامي بالمقابل عدم الكشف عن هوية المصدر. واستطاع الصحافيون في عدد من الولايات الأمريكية انتزاع ما يسمى بـ «القانون الواقي» الذي يهدف إلى حماية مصادر الصحافي، وحقّه في عدم الكشف عنها. لكن في أوائل السبعينيات بدأت المحاكم الأمريكية تتجه إلى معاقبة الصحافيين الذين يرفضون البوح بهوية مصادر معلوماتهم. وعلى الرغم من ذلك «أقرت المحاكم عدم استجواب الصحافيين قبل الحصول على أمر قضائي»[٢٦].

لا تقتصر القضية الراهنة التي هزّت البيت الأبيض على الصحافيين كوبر وميلر، بل هي تطال الإدارة والاستخبارات والحزبين الجمهوري والديمقراطي، ذلك لأن قضيتهما ترتبط على نحو أو آخر بالحرب على العراق، وفضح المزاعم وتكذيب المعلومات التي استندت إليها إدارة الرئيس جورج بوش لإقناع الأمريكيين والعالم بضرورة إطاحة نظام صدام حسين، ولدرء الخطر الآتي من استمراره، وذلك من خلال تبنّي ما قاله بوش في خطابه عن حال الاتحاد بتاريخ ٢٩ كانون الثاني/ يناير ٢٠٠٣، إذ أورد حرفياً: «وعلمت الحكومة البريطانية أن صدام حسين سعى مؤخراً للحصول على كميات كبيرة من اليورانيوم من جنوب أفريقيا»[٢٧].

عاشت الأوساط الرسمية والدبلوماسية في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة (بريطانيا)، منذ انكشاف أمر تزوير التقارير التي تحدثت عن تزويد النيجر للعراق باليورانيوم لاستخدامه في برنامجه النووي، في دوامة اتهامات وتداعيات سياسية وقضائية وصحافية، تابعت تفاصيلها وسائل الإعلام الأمريكية والعالمية منذ أن انكشف أمر تضليل الكونغرس ومجلس العموم بتقارير استخباراتية زائفة عن تزويد النيجر للعراق بمادة اليورانيوم في تموز/ يوليو عام ٢٠٠٣، أي بعد أشهر قليلة من إعلان الحرب على هذا البلد.

---

(٢٦) حسن عماد مكاوي، **أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة** (القاهرة: الدار المصرية ـ اللبنانية، [د. ت.])، ص ١٩٦.

(٢٧) جورج بوش، «خطاب حال الاتحاد ٢٠٠٣،» (السفارة الأمريكية في بيروت)، العنوان الإلكتروني: <http://www.usembassy.gov.l>.

وقالت صحيفة **واشنطن بوست** إن البيت الأبيض اعترف بأنه كان على بوش ألا يذكر في خطابه حول «حالة الاتحاد» أن العراق سعى إلى شراء اليورانيوم من أفريقيا لاستخدامه في برنامج الأسلحة النووية، مضيفة أن المعلومات الاستخباراتية التي استند إليها تصريح الرئيس كانت خاطئة[٢٨].

أعلنت مستشارة الأمن القومي حينذاك، كونداليزا رايس، على الطائرة التي أقلّت بوش إلى أفريقيا في ١١/٧/٢٠٠٣، أن وكالة الاستخبارات المركزية الأمريكية أقرت الخطاب بالكامل (في اشارة إلى خطاب بوش عن حال الاتحاد)، موضحة أنه «جرت بعض المناقشات بشأن تلك الإشارة المحدّدة بحيث تعكس على نحو أفضل ما الذي تعتقده وكالة الاستخبارات المركزية، وتمّ إقرار الكلمة بإدخال تعديل، ومن ثمّ تمّ إقرارالخطاب»[٢٩].

والثابت من العودة إلى الخطاب عن حال الاتحاد أن بوش لم يخفِ اعتماد معلومات الاستخبارات المركزية في كل ما قاله عن العراق لتبرير الحرب، إذ أشار صراحة أكثر من خمس مرات إلى ما أسماه بـ «مصادر استخباراتية».

على أية حال، وكما سبقت الإشارة، فإن الصراع بين الاستخبارات المركزية (سي. آي. إيه) والبيت الأبيض من جهة، والحزب الديمقراطي من جهة أخرى، أدّى إلى فضح التقارير المزعومة عن اليورانيوم وعن مجمل الحرب، وإلى فضح عميلة الاستخبارات بلايم التي عادت إلى عملها الاستخباراتي في تموز/ يوليو الماضي (عام ٢٠٠٥) بعد غياب استمر عاماً كاملاً. ولكن كيف تحولت الفضيحة إلى مسألة سجن الصحافية جوديت ميلر، ونجاح الصحافي كوبر بالإفلات من هذه العقوبة بعدما سمح له كبير موظفي البيت الأبيض كارل روف بالإفصاح لدى المحكمة العليا بكشف اسمه بوصفه هو الذي سرّب اسم العميلة بلايم إلى الصحافة؟

لقد اعتبر زوج بلايم، جوزيف ولسون، وهو سفير سابق تولى عدة مناصب دبلوماسية في ادارة بوش الأولى، وخدم في البيت الأبيض في عهد كلينتون، وعمل مستشاراً في الحملة الانتخابية للسيناتور الديمقراطي جون كيري المنافس لبوش في انتخابات عام ٢٠٠٤، في حديث لشبكة «سي. إن. إن.» (C.N.N.) التلفزيونية (نقلته وكالة رويترز) أن تسريب «اسم زوجته كعميلة للاستخبارات يقف وراءه كبير مساعدي

(٢٨) اللواء، ٩/٨/٢٠٠٣، ص ١٢.

(٢٩) اللواء، ١٢/٧/٢٠٠٣، ص ١٥.

بوش، كارل روف، وكان الهدف تشويه سمعته، لأنه انتقد سياسة بوش الخاصة بالعراق في عام ٢٠٠٣، بعد الرحلة التي موّلتها الاستخبارات المركزية في عام ٢٠٠٢ للتحقيق في ما إذا كانت النيجر ساعدت في توريد مواد نووية إلى بغداد»[٣٠].

وبقطع النظر عن الحملات السياسية التي استهدفت بوش، واتخاذ الإجراءات وفقاً للقانون الأمريكي بحق روف أو فصله من منصبه، فإن للمسألة أبعاداً خطيرة تتعلق بأخلاقيات الإعلام، وتثير جملة من الأسئلة والتحديات، ليس داخل الولايات المتحدة وحسب، بل في العالم أجمع:

(١) لماذا تلجأ وكالة الاستخبارات المركزية (.C.I.A) إلى تسخير وسائل الإعلام في خدمة مشاريع الحرب والخطط الأمريكية للسيطرة على العالم؟ وما هي الأخلاقية والقوانين التي تحكم عملها؟

(٢) لماذا تنتقل القضية بقوة إلى ملاحقة الصحافيين بحثاً عن «مصادر معلوماتهم»، مع أن القانون يعطيهم الحق في حمايتها، وهل المطلوب إضعاف الثقة بأخلاقيات الإعلام، إذ إن التزام الصحافي عهد الاحتفاظ بالمصدر قد يكلفه السجن؟

(٣) ثمة قضية مركزية أخرى تثار على نحو سؤال: هل كان على بوش حماية روف أم حماية رجال الصحافة، لو لم تكن المسألة تتصل بعمل استخباراتي يتحكم بمجمل السياسة في الولايات المتحدة؟

(٤) إلى أيّ حدّ سيكون بإمكان الصحافة في الولايات المتحدة، وهي من مؤسسات الضغط والرقابة في المجتمع الأمريكي، القيام بوظائفها في نقل الحقيقة كما هي، بصرف النظر عن نتائجها، إلى الجمهور؟

لقد تابع الرأي العام الأمريكي، وفي العالم أجمع، قضية ميلر وكوبّر التي هي في الأساس لعبة استخبارات في مجال عمليات الغشّ والخداع، من دون أيّ حساب للسلوك الأخلاقي لـ «سي. آي. إيه.» (.C.I.A).

لم يخف كوبر أن روف هو الذي زوَّده باسم العميلة بلايم، وأنه على استعداد «لتقديم شهادته أمام الكونغرس في جلسة استماع خاصة حول المسألة»[٣١].

---

(٣٠) رويترز، ١٤ تموز/ يوليو ٢٠٠٥، العنوان الإلكتروني: .<http//:www.Reuters.com/news/defult.aspx>

(٣١) الحياة، ١٤/ ٧/ ٢٠٠٥، ص ١ ـ ٦.

أما ميلر، مراسلة **نيويورك تايمز**، فقد رفضت الكشف عن مصدرها، وعرضت نفسها للسجن.

ومع أن المحكمة العليا جنّبت الصحافيين الأمريكيين السجن برفضها النظر في القضية، بعد أن «هدّدت محكمة استئناف فدرالية في نيسان/ أبريل ٢٠٠٥ بسجن كوبّر وميلر مدة سنة ونصف السنة»[٣٢]، فإن كثيرين في الولايات المتحدة يتخوّفون من تداعيات القضية على حرية الصحافة وحق الاحتفاظ بالمصدر حتى في القضايا التي تتعلق بمسائل الاستخبارات والأمن القومي[٣٣].

ب ـ محنة الـ بي. بي. سي (B.B.C.) وانتحار كيلي

الأنموذج الثاني يتناول ضغط الحكومات للنيل من نزاهة الإعلام، ضاربة عرض الحائط بالأخلاقيات السياسية والإعلامية في مسألتي الاستقلال في الأداء المهني عن الأطراف الرسمية، والنزاهة في تقديم المعلومات بما يتماشى مع الحقيقة، وليس مع الممارسات والرغبات للقابضين على دفة السلطة.

يعتبر ديفيد كيلي (٥٩ عاماً) الخبير في الأسلحة الجرثومية في وزارة الدفاع البريطانية، وهو يحظى باحترام كبير بين زملائه، من المفتّشين الذين أرسلتهم الأمم المتحدة إلى العراق في التسعينيات، وقام بزيارات ميدانية إلى بغداد ٣٧ مرة بين العامين ١٩٩٤ و١٩٩٩، وقد انتحر على خلفية الصراع بين حكومة توني بلير وهيئة الإذاعة البريطانية (B.B.C.) في أيار/ مايو من عام ٢٠٠٣. وكشف أن الحكومة البريطانية ضخمت الخطر الذي ادعت أن العراق يهدد به العالم عبر امتلاكه أسلحة جرثومية يمكن إطلاقها خلال ٤٥ دقيقة، على الرغم من أن لجنة التحقيق في مجلس العموم استبعدت أن يكون كيلي وراء تسريب المعلومات إلى الـ بي. بي. سي.، مع أنه التقى مراسل الإذاعة للشؤون الدفاعية أندرو غوليغان صاحب التقرير.

في أي حال كان الخبير الضحية «كبش محرقة»، بحسب رأي العديد من النواب البريطانيين[٣٤].

---

(٣٢) **الشرق الأوسط**، ٢٨/ ٦/ ٢٠٠٥، ص ١.
(٣٣) انظر جويس كرم، في: **الحياة**، ٧/ ٧/ ٢٠٠٥، ص ١ ـ ٦.
(٣٤) **السفير**، العدد ٩٥٥٠، ص ١ و١٤.

سياسياً، لم يتورع بلير عن اعتبار إطاحة صدام حسين عملاً سيغفره التاريخ له وللرئيس بوش «حتى لو كان على خطأ بشأن الأسلحة العراقية»[٣٥]. وفي هذا إقرار صريح بلعبة الأضاليل التي استخدمت لتبرير الحرب على العراق.

أمّا على صعيد الاشتباك الإعلامي والسياسي بين بلير والـ بي. بي. سي، فهو الذي يعنينا، من ناحية التعدّي على نزاهة الإعلام في دولة لطالما اعتبرت «صحافتها من أعرق الصحافة في العالم، ومن أشدّها تمسكاً بالقيم والأخلاق والمبادئ المهنية التي تنظّم حرية الرأي»[٣٦].

لقد بدأت قصة الصراع عندما نقلت الـ بي. بي. سي. عن مسؤول بارز في جهاز الاستخبارات البريطاني أن النسخة الأصلية من التقرير الذي نشرته الحكومة البريطانية في أيلول/ سبتمبر من عام ٢٠٠٢، وقالت فيه إنه تضمّن «أدلة» على امتلاك العراق أسلحة دمار شامل، لم يضف سوى القليل على ما كان معلوماً في ذلك الوقت عن برامج أسلحة الدمار الشامل العراقية. وأضافت الإذاعة نقلاً عن المسؤول البريطاني أن التقرير «عُدّل قبل أسبوع واحد من نشره بناء على أوامر حكومية»[٣٧].

وفي اليوم التالي اعتبر بلير أن الاتهام بأن الحكومة طلبت من الاستخبارات اختراع تقرير عن أسلحة الدمار الشامل العراقية اتهام سخيف، في إشارة إلى نفي أن يكون مدير مكتبه الإعلامي أليستر كامبل تلاعب بالملف الذي نشر في أيلول/ سبتمبر ٢٠٠٢.

وانبرى وزراء مقرّبون من بلير إلى اتهام الصحافي في الـ بي. بي. سي. (B.B.C) أندرو غيلغيان بأنه قدم «معلومات خاطئة» لتضليل لجنة الشؤون الخارجية في مجلس العموم، الأمر الذي حمل الصحافي غيلغيان على التهديد بملاحقة نائب رئيس مجلس العموم فيل وولاس (عمالي) قضائياً في حال لم يتقدم باعتذار منه. ولكن الإذاعة دافعت عن مراسلها، وأكدت أنها أطلعت مسبقاً وزارة الدفاع على الاتهامات التي وجهتها إلى رئاسة الوزراء بـ «التلاعب» بملفات الأسلحة العراقية، وهو ما نفاه وزير الدفاع جيف هون[٣٨].

---

(٣٥) السفير، العدد ٩٥٤٩، ص ١.

(٣٦) أحمد أبو زيد، «الإعلام والرأي العام،» **عالم الفكر**، العدد ٤ (كانون الثاني/ يناير ـ آذار/ مارس ١٩٨٤)، ص ٩.

(٣٧) انظر: <http//:www.bbc.co.uk>.

(٣٨) السفير، ٣٠/ ٦/ ٢٠٠٣، ص ١٤.

هذا الصراع استمر فصولاً بين حكومة بلير وهيئة الإذاعة البريطانية، ومنها المقالة التي نشرها مدير الـ بي. بي. سي. (B.B.C) غيفين ديفيس واتهم فيها حكومة بلير «بالسعي إلى السيطرة على الإذاعة وتركيعها»[٣٩].

وقال: «إن نزاهتنا موضع شك، ونواجه العقاب، لأننا اعتمدنا موقفاً مغايراً حول بعض ملفات الحكومة وأخبارها. وبما أننا تجاسرنا على القيام بذلك، فإن البعض يلمّحون إلى تغيير نظام وفر الحماية لـ بي. بي. سي. طيلة ٨٠ عاماً واستبداله بنظام خارجي لتركيعها»[٤٠].

وقضى الاقتراح الجديد بأن يعهد إلى الهيئة المكلفة ضبط العمل في مجال الاتصالات والإعلام المرئي والمسموع مهمة مراقبة الـ بي. بي. سي.

سعت حكومة بلير إلى وضع الإذاعة التي تحظى باحترام دولي كبير في دائرة الاتهام، إضافة إلى الضغوط الكبيرة، عندما شهدت المراسلة العاملة فيها سوزان واتس في التحقيق حول وفاة كيلي أن الخبير لم يقل لها في مكالمة هاتفية إن المستشار الإعلامي لبلير أليستير كامبل أجرى تعديلات على ملف الأسلحة كي يساعد في دعم الحرب على العراق التي عارضها غالبية البريطانيين. واتهمت المراسلة الإذاعة بأنها ضغطت عليها لتجعل تقريرها يتماشى مع تقرير زميلها أندرو غيلغيان الذي كشف فضيحة تضخيم الأسلحة العراقية لتبرير الحرب، إلا أن التسجيل الصوتي بين واتس وكيلي أكد ما ذكر من أن الحكومة البريطانية ضخّمت التهديد الناجم عن ترسانة العراق، قائلاً: «كنت على علم بالقول الناجم عن هذا التأكيد. لقد قبل هذا الكلام الذي اتخذ أبعاداً مبالغاً فيها. كانوا يبحثون يائسين عن معلومات»[٤١] يريدون تقديمها إلى الرأي العام.

لم يقف الأمر عند تبادل الاتهامات عبر وسائل الإعلام، والتلويح بنقل القضية إلى القضاء، بل خرج موظفو هيئة الإذاعة البريطانية إلى الشوارع في ٥ شباط/ فبراير ٢٠٠٤ للتظاهر دعماً لمدير الإذاعة، ومطالبة الـ بي. بي. سي. أن تواجه الضغوط من الحكومة[٤٢].

---

(٣٩) السفير، ٢٨/ ٧/ ٢٠٠٣.
(٤٠) السفير، ٢٨/ ٧/ ٢٠٠٣.
(٤١) اللواء، ١٨/ ٧/ ٢٠٠٣، ص ١٤.
(٤٢) اللواء، ٦/ ٢/ ٢٠٠٤، ص ١٤.

شغلت المواجهة بين الـ بي. بي. سي. وحكومة بلير الأوساط الرسمية والشعبية والإعلامية، ليس في المملكة المتحدة وحسب، بل على الصعيد العالمي. وأعادت طرح الأسئلة حول الصلة بين السلطات العامة والصحافة، وماذا يبقى من صدقية حكومات العالم الليبرالي الغربي؟ وما هو الموقف عندما لا تقدّم الحكومات معلومات صادقة لشعوبها؟ ومَنْ يحمي الحريات الصحافية والرأي العام، حيث تقوم الصحافة الحرة، واستناداً إلى المبادئ والقيم الأخلاقية، بكشف خبايا السياسة وخفاياها، وفضح الأسرار والقرارات الخطيرة الخاطئة التي تحاول بعض السلطات الحاكمة (مثال بوش ـ بلير) إخفاءها عن الرأي العام حتى لا تثير غضبه ونقمته؟

لقد تصدَّت الإذاعة بإدارتها وموظفيها للانتقادات والحملات التي وجهتها إليها حكومة بلير، نتيجة محاولتها توصيل المعلومات الصحيحة إلى مشاهديها ومستمعيها، والتي تتناقض مع مزاعم حرية الرأي والتعبير والشفافية والديمقراطية التي تدّعي هذه الدول أنها تدعمها وتدافع عنها(٤٣).

ولـم تكن هذه الإذاعة ذات التاريخ العريق (عام ١٩٢٧)، والتي لها السلطة في جمع الأخبار والاستعلامات في أي جزء من أجزاء العالم، وتعمل على مدار ٢٤ ساعة، وحدها في المواجهة ضد حكومة بلير. لقد تضامن المعهد الدولي للصحافة من مقرّه في فيينا، وانتقد وزراء الحكومة البريطانية الذين يسعون إلى التأثير في أسلوب عمل الـ بي. بي. سي. في نقل أخبار الحرب في العراق. وجاء في بيان للمعهد بتاريخ ٣١ آذار/ مارس ٢٠٠٣: «توجد عدة أمثلة على انتقادات وجهها الوزراء إلى الـ بي. بي. سي. بسبب تقديمها تغطية على مدى ٢٤ ساعة بدعوى أن ذلك يشوّه نظرة الشعب إلى الحرب في العراق»(٤٤).

ولا غرو في أن مسؤولي الإذاعة، في مواجهتهم ضغوطات الحكومة، كانوا يدافعون، ليس عن الاستقلالية في العمل الصحافي، والابتعاد عن الأسلوب الدعائي لخدمة الحكومة، بل أيضاً عن السمعة الجيدة القائمة على ترجيح جانب الصدق في المعلومات على أيِ اعتبار آخر. يؤكّد ذلك ما جاء في الدليل الأمريكي القياسي لوسائل الإعلام الإلكترونية عام ١٩٨٧ تحت عنوان: «Head and Sterling» «أن إذاعة الـ بي.

---

(٤٣) محاسن الإمام، «مبدأ الحرية وأخلاقيات الصحافة،» (مساهمة ألقيت في الندوة الدولية حول أخلاقيات الإعلام في العالم العربي، منشورات الجامعة اللبنانية الأميركية LAU)، ص ٦٢

(٤٤) اللواء، ١/ ٤/ ٢٠٠٣، ص ٩.

بي.سي. تتمتع بأكبر قدر من الصدقية بين الإذاعات الخارجية، ففي مختلف أرجاء العالم، حين يعتري المستمعون الشك في صدق مصادر الأنباء، فإنهم يقومون بصورة آلية بتحويل مؤشرات أجهزتهم على إذاعة الـ بي. بي. سي.، وحين تأتي أوقات تسود فيها اضطرابات محلية، فمن المألوف أن يتحوَّل المسؤولون والحكومات الأجنبية لإذاعة الـ بي. بي. سي. للحصول على معلومات حيَّة عن حالة الأمور والأوضاع في بلادهم»[٤٥].

الثابت من هذا الأنموذج الحيّ أن الأخلاقيات الإعلامية مهدَّدة من الحكومات على نطاق واسع، وإذا كانت هذه هي الحال في الديمقراطيات الغربية الموافقة على حقوق الإنسان، حيث يتعرَّض استقلال الوسائل الإعلامية للخطر، فماذا ستكون عليه الحال في الدول النامية حيث تخضع معظم وسائل الإعلام لنفوذ الحكومات أو الأحزاب الحاكمة؟

ج ـ فضيحة في الـ «نيويورك تايمز»

تعتبر **نيويورك تايمز** من أكبر الصحف الأمريكية، وقد قدمت يوم الأحد في ١١ أيار/ مايو ٢٠٠٣ اعترافاً بالذنب واعتذاراً من القراء والزملاء، بسبب لجوء أحد محرريها، ويدعى جيسون بلير (٢٧ عاماً) إلى اختلاق وتلفيق وتزوير وسرقة عدد من تحقيقاته الصحافية، وذلك في مقالة من أربع صفحات، تصدرت الصفحة الأولى (أكثر من سبعة آلاف كلمة)[٤٦].

وكانت الصحيفة تعرَّضت لحملات اتهام من صحف أخرى بأنها تحاول إخفاء القضية. وكلفت خمسة من محرريها التقصّي بدقة عن النشاط المهني لبلير الذي سبق واستقال قبل ثلاثة أشهر من اكتشاف فضائحه، حيث تبيَّن من التحقيق أنه «اختلق تفاصيل لم تحدث في ٣٦ مقالة من أصل ٧٣ مقالة منذ أن تم تكليفه بتغطية الأخبار المحلية الأمريكية، وتحتوي المقالات أخطاء في الواقع، كما في أخلاقيات المهنة»[٤٧].

وبعد أن قدمت الصحيفة اعتذارات إلى كل القراء والصحافيين الذين سرق منهم الصحافي المدان مقالاتهم، قالت معلقة: «إن الضرر الذي سببه للصحيفة

---

(٤٥) نوال محمد عمر، **فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون** (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٥٣)، ص ٥٩.
(٤٦) **السفير**، ١٤/ ٥/ ٢٠٠٣، ص ١٧.
(٤٧) الإمام، «مبدأ الحرية وأخلاقيات الصحافة،» ص ٦٤٥.

والعاملين فيها لن يمّحى كلياً الأسبوع المقبل أو الشهر المقبل أو حتى الأعوام المقبلة»[٤٨].

في تداعيات القضية ـ الفضيحة

(١) استقال مدير تحرير الصحيفة هويل رينز والمحرر الإداري جيرالد بويد. وكان الأول قاد الصحيفة إلى النجاح، ودفعها إلى الفوز بسبع جوائز بوليتزر[٤٩] محطمة الرقم القياسي. لكنه لم يتمكن من تصحيح الوضع الناجم عن فضيحة بلير، وكانت استقالته مع زميله «بمثابة القبول الرسمي بمسؤوليتهما»[٥٠] عنها.

(٢) اعتبرت الصحيفة أن نقص التحاور بين مسؤولي التحرير أسهم في هذه الفضيحة.

(٣) أعادت النظر في وسائلها للتأهيل المهني وكتابة التحقيقات وأخلاقيات المهنة.

(٤) تراجع أفضلية الصحيفة درجات عالمياً، وفقاً للاستطلاع الذي أشرت إليه سابقاً.

(٥) بدأت الصحيفة مهمة صعبة لاستعادة صدقيتها، باعتبار أن الصدقية من أهم الأسس التي تقوم عليها الأخبار.

بصرف النظر عن العقوبات القانونية، خصوصاً بعد صدور قوانين حماية الملكية الفكرية، فإن المؤسسات الإعلامية غالباً ما تلجأ إلى صرف المندوب أو كاتب العمود الذي يسرق من زملائه من دون الإشارة إلى المصدر. ولكن المسألة الخطيرة هي مناقشة الأسباب والنتائج الآيلة والمترتبة عن تدهور القيم الأخلاقية، وعدم احترام الأدبيات المهنية التي تنظم عمليات الاقتباس من مصادر مختلفة، ومن بينها المصادر الصحافية نفسها، مع توصية بقلة الاقتباس لئلا يتجمَّد الصحافي، كما يوصي الصحافي في صحيفة **نيويورك تايمز** نفسها جيمس ريستون (James Reston)[٥١].

---

(٤٨) السفير، ١٤/ ٥/ ٢٠٠٣، ص ١٧.

(٤٩) جوزيف بوليتز من رواد الصحافة الأمريكية، في أواخر القرن التاسع عشر استحدث جائزة سنوية باسمه توزع على المجيدين من الصحافيين في العالم.

(٥٠) الإمام، المصدر نفسه، ص ٦٥.

(٥١) مكاوي، **أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة**، ص ٣٢١.

تثير النماذج الثلاثة التي عرضتها وناقشتها عدداً من المسائل المهمة حول أخلاقيات الإعلام: مصدر المعلومات؛ سرية المصادر وإشكالياتها القانونية والأخلاقية؛ تدخل الحكومات في وسائل الإعلام وانعكاساته على الحرية الإعلامية في أكثر الدول التزاماً بحرية التعبير واحترام الرأي العام؛ ثم ضعف أو انعدام الالتزام الخلقي عند الصحافيين، وآثاره المدمّرة في سمعة الصحيفة أو الوسيلة الإعلامية؛ كما أنها تعمل على إغناء الجدل والحوار.

ما خلصت إليه يتصل بالحاجة إلى تطوير أطر المواثيق الإعلامية لتشمل الحكومات، وهيئات المجتمع المدني، بحيث لا تقتصر على المؤسسات الإعلامية والعاملين فيها، وتحييد المبادئ الأصلية للمهنة كالصدق، وتوخّي الحقيقة، والاستقامة، عن المصالح الماليّة والسياسية للمؤسسات والحكومات، ولا سيّما في أوقات الأزمات والحروب، وتحديد أطر أوضح لمفهوم «المصالح العليا» الأمنية أو القومية للدولة.

من الممكن أن نفهم عدم إمكانية عزل الصحافة عن مكوّنات وتطورات العوامل المؤثرة في المجتمع والسياسة والإقتصاد من دون أن نقبل تبرير التجاوزات التي تحدث تبدلاً في وظيفة الإعلام الحرّ، ودوره في توصيل المعلومات والحقائق، وتشكيل الرأي العام، وفقاً لمعايير تجعله قادراً على المراقبة والمحاسبة.

وعلى الرغم من أن الحالات ـ النماذج الآنفة الذكر هي حالات واقعية، وليست افتراضية، إلا أن مقاربة موضوع الإعلام والأخلاق لا بدَّ من أن تنطلق من وجهة نظر فلسفية لتحديد أكثر شمولية ودقة لما يمكن وصفه بالسلوك الأخلاقي أو اللاأخلاقي في العمل المهني، وما هي مكوّناته من المنظار الاجتماعي والسيكولوجي، وحتى الاقتصادي والسياسي، مع الأخذ في نظر الاعتبار التحولات الهائلة التي طرأت على الاقتصاد والسياسة عشية دخول البشرية الألفية الثالثة، من ترنُّح مشاريع العولمة إلى أحداث ١١ أيلول/ سبتمبر ٢٠٠١ ومجريات حرب العالم الصناعي الإمبريالي ضد ما يسمى «الإرهاب» المتفجّر من آسيا إلى أوروبا وأمريكا.

الفصل الرابع عشر

الأخلاقيات والإعلام(*)

فاضل محمد البدراني(**)

مقدمة

إن الممارسة الديمقراطية من أعظم إنجازات الشعوب إذا ما اعتمدت القاعدةُ الأساسية لديمقراطية السلطة على التنظيم الدقيق لقواعد الحقوق والواجبات، وعلى أساس أن الشعب هو مصدر السلطات. ولقد تبلورت نظريات الفقه الدستوري في

(*) نشرت هذه الدراسة، في: **المستقبل العربي**، السنة ٣٣، العدد ٣٨٥ (آذار/ مارس ٢٠١١)، ص ٥٠ ـ ٦٦.

يُستخدم مصطلح «السلطة الرابعة» اليوم في سياق إبراز الدور المؤثّر لوسائل الإعلام ليس في تعميم المعرفة والتّوعية والتنوير فحسب، بل في تشكيل الرأي، وتوجيه الرأي العام، والإفصاح عن المعلومات، وخلق القضايا، وتمثيل الحكومة لدى الشعب، وتمثيل الشعب لدى الحكومة، وتمثيل الأمم لدى بعضها البعض. ومنذ أوّل ظهورٍ مشهور له منتصف القرن التاسع عشر، استُخدِم المصطلح بكثافة انسجاماً مع الطفرة التي رافقت الصحافة العالمية منذ ذاك ليستقر أخيراً على معناه الذي يشير بالذات إلى الصحافة وبالعموم إلى وسائل الاتصال الجماهيري (Mass Media، كالإذاعة والتلفاز. وتعبير «السلطة الرابعة» تعرّض إلى فهم خاطئ في اللغة العربية، إذ يكثر ربطه بالسلطات الدستورية الثلاث، التشريعية والتنفيذية والقضائية، باعتبار أن الصحافة، أو وسائل الإعلام عموماً، هي رابع سلطة دستورية نظير ما لها من تأثير؛ إلا أن السلطة المعنيّة في المصطلح، تبعاً لمن أطلقه أوّل مرة، هي القوّة التي تؤثر في الشعب وتعادل، أو تفوق، قوّة الحكومة. ويدور الجدل حول أوّل من أطلق تعبير «السلطة الرابعة»، إلّا أن اتفاقاً واسعاً ينعقد حول دور المؤرخ الأسكتلندي توماس كارليل في إشهار المصطلح وذلك من خلال كتابه **الأبطال وعبادة البطل** (١٨٤١) حين اقتبس عبارات للمفكر الإيرلندي إدموند بيرك أشار فيها الأخير إلى الأحزاب الثلاثة (أو الطبقات) التي تحكم البلاد ذلك الوقت، رجال الدين والنبلاء والعوام، قائلاً إن المراسلين الصحفيين هم الحزب الرابع (السلطة الرابعة) الأكثر تأثيراً من كافة الأحزاب الأخرى. كما أن بيرك كان في ذهن كارليل عندما كتب الأخير في مؤلفه **الثورة الفرنسية** (١٨٣٧) عبارة أورَد فيها المصطلح أيضاً. أمّا الروائي الإنكليزي هنري فيلدنغ فيبرز باعتباره أوّل مستخدم معروف لتعبير (Fourth Estate) في كتابة له عام ١٧٥٢.

(**) أستاذ مساعد للفنون الصحفية والإعلام الدولي، الجامعة الإسلامية ـ بغداد.

العالم كله في وقت سابق من القرن الماضي لتجعل الممارسة الديمقراطية مرادفة لوجود سلطات ثلاث متكاملة ومنسجمة هي: السلطة التنفيذية؛ السلطة التشريعية؛ السلطة القضائية.

وبفضل تطور تكنولوجيا الإعلام واتساع شبكة الاتصال العالمي وتنامي وتيرته، أصبحت وسائل الإعلام تغزو الفضاءات العالمية بما تبثه من معطيات إعلامية أكبر حجماً وأكثر اتساعاً من مجرد نقل الخبر. والإعلام لم يقف عند هذا الحد[1]، وإنما تجاوزه إلى حدود التعليق والتحليل والتفسير، وصنع الإنسان المراد عولمته، ليتخطى المفهوم السابق للإعلام (مفهوم «القرية العصرية») إلى مفهوم قائل بأن العالم عبارة عن «شاشة صغيرة». وقد أدى هذا الدور الهام إلى أن يحتل سلطة من بين السلطات التي ظهرت وتبلورت مع ظهور الحكومات التشريعية وما يتبع ذلك، فاحتل منزلة السلطة الرابعة. ولكن هذا المفهوم بقي في العالم الثالث يراوح مكانه، في حين إن الإعلام في العالم الغربي امتد في الأعوام العشرة الأخيرة إلى مرتبة السلطة الأولى، انطلاقاً من أهمية دوره في التفاعل مع حاجات المجتمع، وصولاً إلى تلبيتها حتى لو تطلب الأمر الدخول في نزاعات وتحديات مع السلطة التنفيذية، صاحبة القرار، عندما تخفق في تأدية واجباتها أو تتقاعس عن تلبيتها. ولم يعد هناك سلطة مفروضة لا يمكن مساءلتها أو محاسبتها، أكانت قوى غيبية، كما كان الحال في الإمبراطوريات والملَكيات القديمة، أم قوى ردعية، كما كان الحال في النظم الدكتاتورية، بل أصبح الحكم تفويضاً شعبياً، يأخذ صورة سلطة تنفيذية تُمنح بالانتخاب الصريح، كما هو الحال بالنسبة إلى النظم الجمهورية، أو بالقبول العام المرتبط بتطور تاريخي يكاد يكون انتخابياً بصورة غير مباشرة، وهو ما حمل اسم الملَكيات الدستورية[2].

ومع أن العالم النامي، ومنه وطننا العربي، يشيع بين أوساطه الإعلامية والصحفية مفهوم السلطة الرابعة على مدى تاريخ طويل من الزمن، في حين تغير الوضع في العالم الغربي المتقدم إعلامياً وتكنولوجياً إلى مفهوم السلطة الأولى في الأعوام العشرة الأخيرة، فإن شبه اتفاق يجري الآن بين العالمين النامي والمتقدم على اعتماد مفهوم السلطة الخامسة، وبخاصة بعد دخول الشبكة العنكبوتية كأحد مصادر تداول الأخبار والمعلومات بلا رقيب ولا قيود؛ بمعنى آخر الانتقال بالمعلومات من مواطن إلى آخر بدون حارس بوابة.

---

(١) صباح ياسين، **الإعلام: حرية في انهيار** (بيروت: الشبكة العربية للأبحاث والنشر، ٢٠١٠)، ص ٥٩.

(٢) محيي الدين عميمور، «كيف يكون الإعلام سلطة رابعة؟،» **الشرق الأوسط**، ٢٨/ ٧/ ٢٠٠١.

أولاً: فاعلية الخطاب الإعلامي في المنظومة الأخلاقية

إن العلاقة بين المنظومة الإعلامية ومنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية علاقة متداخلة، على اعتبار أن وسائل الإعلام هي الوسائل الناقلة لأنماط التفكير والمعرفة والقيم والأفهام، وبالتالي تساهم في إيجاد جانب كبير من الثقافة الاجتماعية، وهو ما يعطيها أحقيتها كسلطة إعلامية في إدارة وتوجيه المجتمع.

وفي هذا المجال، ركز خبراء الإعلام والاتصال على هذه الخاصية، واهتموا بالوظائف الاجتماعية لوسائل الإعلام، وحاولوا تحديد أدوارها إزاء المجتمع، ورصد نتائج ذلك وتأثيراته. وقد سبق عالِم الاتصال رولد لاسويل غيره في إيلاء هذه المسألة الأهمية التي تستحقها، وذلك عندما توصل إلى حقيقة أن من بين وظائف وسائل الإعلام مراقبة البيئة الاجتماعية من خلال جمع المعلومات وتوزيعها، كي يتمكن المجتمع من التكيف مع الظروف المتغيرة. وهو يرى أن لوسائل الإعلام مهمة أخرى هي زيادة ترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة لتحديات البيئة المحيطة به؛ بمعنى آخر خلق رأي عام وطني موحد يساعد الحكومة الديمقراطية على القيام بدورها، مثلما تتولى وسائل الإعلام عملية نقل التراث الاجتماعي من جيل إلى آخر. ولم يقف اهتمام علماء الاتصال عند هذا الحد، إذ حدد كل من لازرسفيلد وميرتون وظائف لوسائل الإعلام حيال البيئة والمجتمع وفق الآتي:

- تبادل الآراء والأفكار بين أبناء المجتمع لإضفاء الشرعية على أوضاع المجتمع.

- تفعيل المعايير الاجتماعية، ومحاسبة الخارجين عنها، من خلال الفضح الإعلامي للسلوكيات الشخصية للأفراد الذين ينحرفون عن أخلاقيات المجتمع العامة.

- التنبيه إلى آثار الخلل الوظيفي لوسائل الإعلام بفعل تدفق مزيد من المعلومات إلى الجمهور ونشوء ما يسمى «المعرفة السلبية» المعيقة للنشاط البشري، وهو ما يفضي إلى بث روح عدم المبالاة لدى الجمهور بدلاً من إيقاظه.

ومن علماء الاتصال والمجتمع من يذهب إلى أن لوسائل الإعلام وظيفة أخرى هي التنشئة الاجتماعية، أي تعليم الأفراد الجدد المهارات والقيم والمعتقدات التي يقدرها المجتمع، كما قال بذلك ولبورشرام؛ فهذا الأمر يعطي الدلالة اللازمة على أن الإعلام يمثل سلطة رقابية وتنموية وتوجيهية للمجتمع. ويمكن إجمال الوظائف المجتمعية لوسائل الإعلام بما يأتي:

ـ مراقبة البيئة الاجتماعية وتزويدها بالمعلومات والتنبيه إلى المخاطر.

ـ خلق المثل الاجتماعي، وذلك بتقديم النماذج الإيجابية في الأمور العامة والثقافة والفنون.

ـ التنشئة الاجتماعية، وهدفها المساعدة في توحيد المجتمع من خلال توفير قاعدة مشتركة للقيم والخبرات الجماعية.

ـ تحقيق التواصل الاجتماعي من خلال التعبير عن الثقافة السائدة، والكشف عن الثقافات الفرعية، ودعم القيم الشائعة.

ـ التعبئة، وتتمثل في المساهمة في الحملات الاجتماعية، وبصفة خاصة في الأزمات السياسية والاقتصادية والحروب.

وفي الوقت الذي تؤثر وسائل الإعلام في النظام الاجتماعي، فإنها تتأثر به خلال عملها الوظيفي؛ فهذا النظام الاجتماعي الذي تعمل وسائل الإعلام ضمن إطاره يُعد من القوى الأساسية التي تؤثر بالقائمين بالاتصال؛ فأي نظام اجتماعي ينطوي على قيم ومبادئ يسعى إلى إقرارها، ويعمل على تقبل المواطنين لها. وتعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولاتها الحفاظ على القيم الاجتماعية السائدة. ففي بعض الحالات، لا يقدم الإعلامي تغطية كاملة للأحداث التي تقع من حوله، أو ما يعني السبق الصحفي، وذلك إحساساً منه بالمسؤولية الاجتماعية أو رغبة منه في تدعيم قيم المجتمع وتقاليده. وفي بعض الأحيان تتجنب وسائل الإعلام انتقاد الأفراد الذين يقومون ببعض الأدوار الاجتماعية والثقافية من أجل تدعيم البناء الاجتماعي والثقافي للمجتمع، وعدم خلخلة منظومته القيمية أو الأخلاقية[٣].

وتصطدم وسائل الإعلام من خلال أدائها الوظيفي تجاه الأفراد والمجتمع ببعض العقبات التي تقلل من فاعليتها، إذ يطلق عليها في علم الاتصال بالعمليات الانتقائية، وهي: الاهتمام الانتقائي؛ الإدراك الانتقائي؛ التذكر الانتقائي؛ السلوك الانتقائي. وهذه العمليات الانتقائية تختلف من حيث أداء وظائفها في التفاعل الاجتماعي، سواء بالاهتمام بجزئية من شيء وليس بكل شيء، أو بتفسير الخطاب الإعلامي من شخص إلى آخر، أو بتذكر خطاب إعلامي وعدم نسيانه لوقت طويل على حساب خطاب

(٣) فوزي هادي الهنداوي، «أثر الخطاب الإعلامي في القيم الاجتماعية،» الأكاديمية المفتوحة العربية (٢٠ آب/ أغسطس ٢٠١٠)، <http://www.pressacademy.net>.

إعلامي آخر يطويه الإهمال، أو قياس نسبة التأثر والاستجابة من شخص إلى آخر عند التعرض للخطاب الإعلامي. وتقوم وسائل الإعلام بإضفاء المكانة والقوة على بعض الأفراد والجماعات من خلال التركيز الإعلامي عليهم، وإكسابهم الشهرة، وهو ما يمنحهم قدراً من السلطة والنفوذ والتفرد على غالبية الناس، ويصبح سلوك مثل هؤلاء الأشخاص ذا دلالة بالغة على عامة الناس، وبالتالي تصبح لديهم سطوة في مجال دعم أو تغيير القيم الاجتماعية وحتى رفضها[٤].

وقد أثبت بعض الدراسات أن الوظيفة الأخبارية لوسائل الإعلام تؤدي أحياناً إلى نتائج غير مرغوب فيها؛ فزيادة الأخبار السلبية المتعلقة بالحروب كثيراً ما تؤدي إلى زيادة القلق والتوتر لدى المتلقين، وهو ما يدفعهم إلى اللامبالاة والانطواء على الذات.

ثانياً: جدلية العلاقة بين الإعلام والحريات الديمقراطية

إن الممارسة الديمقراطية ترتبط ارتباطاً وثيقا بحركة الإعلام، حتى ذهب البعض إلى وصف الإعلام بأنه المحرك الأساسي لترسيخ المفاهيم الديمقراطية وتنميتها، بينما خالف البعض الآخر هذا الرأي وقال إن الديمقراطية هي سبيل نشوء الإعلام وتطور مفاهيمه وإقرار سلطاته المجتمعية[٥].

وهكذا أصبحت الديمقراطية تعني تفويضاً شعبياً يُمنح للسلطة أو يُحجب عنها، وأصبح لزاماً أن تكون السلطة التنفيذية محدودة الصلاحيات والمدة الزمنية، فتتم مراقبة ممارستها ونفقاتها وإيراداتها في شفافية كاملة، وتحت رقابة سلطة تشريعية تستمد قوتها من إرادة الشعب مباشرة، إذ هو الذي يختار ممثليه بكل حرية وسيادة، في انتخابات عامة تعددية. وكلما تعددت صور السلطة التنفيذية وأساليبها، تعددت أساليب السلطة التشريعية وتنظيماتها طبقاً للظروف المحلية والمرحلية، لكنها تحتفظ دائماً بفاعليتها وشرعيتها وبمشروعية مراقبيها ما دامت تحترم الإرادة الشعبية، وتعبّر عنها بكل نزاهة وموضوعية، وتتمسك بالهدف الرئيسي من وجودها، وهو ضمان التكامل التام للممارسات الديمقراطية، سناً للقوانين والتشريعات ومراقبة للأداء الحكومي، وتغليباً

---

(٤) ميتشل ستيفنس، **البث الإذاعي**، ترجمة هشام عبد الله، ط ٤ (عمّان: الأهلية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨)، ص ٣٣٠.

(٥) الهنداوي، المصدر نفسه.

للوطنية على الحزبية وللرأي الجماعي على الرأي الفردي، مع الاحترام الكامل للرأي الآخر، عندما يلتزم بضوابط العمل الديمقراطي.

وعبر أزمنة عديدة لبلدان مختلفة في العالم، تحملت السلطة القضائية مهمة الحماية الضرورية للسلطتين، وذلك بفضل القوانين التي لا يعلو عليها أحد، فرداً أو جماعة أو مؤسسة، لأنها قوانين صادق عليها الشعب كله بواسطة ممثليه الشرعيين، وأصدرتها السلطة التنفيذية المنبثقة عن الإرادة الشعبية، محددة الضوابط التي تحول دون تسلط سلطة على أخرى، أو تقزيم دور سلطة لمصلحة سلطة أخرى[٦].

١ ـ الإعلام والحقوق العامة

وسط هذه التجاوزات على الحريات العامة والديمقراطية، والابتعاد عن المسار الدستوري المرسوم لكلتا السلطتين التشريعية والتنفيذية بما ينال كثيراً من دور وسائل الإعلام في مهماتها التنويرية، لا بد من أن ينشط دور الإعلام، حتى لو مورست ضده الدكتاتورية، ليكون مسانداً للسلطة القضائية بما يلي[٧]:

ـ ممارسة الضغط الإعلامي على السلطتين التشريعية والقضائية، وكشف عيوبهما للرأي العام.

ـ اللجوء إلى أسلوب التنوير والتوعية بحقوق كل سلطة في ممارسة صلاحياتها حيال المجتمع.

ـ طرح المعالجات، ومحاولة تقريب وجهات النظر بين الفرقاء (السلطة والمجتمع).

٢ ـ الإعلام البديل في مواجهة السلطة التنفيذية

في بعض الدول، تكون الرقابة الحكومية شديدة جداً إلى حد منع أي وسيلة إعلامية من التحدث بما هو مخالف لدكتاتورية السلطة التنفيذية، بخاصة عندما تكون منبثقة من كتلة برلمانية معيّنة، ومستمدة قوتها ومخالفاتها الدستورية من البرلمان، خلافاً للحقيقة المطلوبة. أما الآلية التي تتبعها وسائل الإعلام، فيجب أن:

---

(٦) فاضل البدراني، «مشاركة السلطة الرابعة في خلق التوازن الاجتماعي،» ورقة قدّمت إلى: مؤتمر الإعلام والحريات الصحفية الذي عُقِد في كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية في بغداد في نيسان/ أبريل ٢٠١٠.

(٧) ياسين، الإعلام: حرية في انهيار، ص ٤٢ ـ ٤٣.

- تعتمد على جهود شخصيات مستقلة أو شخصيات حزبية أو فكرية، لإصدار صحف وقنوات ومحطات إذاعية ومواقع إلكترونية وغيرها، في بلدان أخرى تمارس فيها الحريات الإعلامية بيسر.

- تدفع الحاجة الجماهيرية إلى خلق آلية تنسيق بين جهات صحفية وإعلامية ومنظمات حقوقية ذات بعد إنساني، مع وسائل الإعلام التي تعمل في دول المهجر لكشف أباطيل السلطة التنفيذية وتعريتها.

- تتحلى بالخطاب المهني الذي يستند إلى حقائق دامغة. وبعكس ذلك، فإن السلطة التنفيذية ستتخذ أي مغالطات إعلامية ذريعة لممارسة الضغط على الدولة المضيفة لوقف بث أو صدور هذه الوسائل الإعلامية.

ولذلك، فإن مفهوم السلطة في الديمقراطية يعني تنظيماً تكاملياً منبثقاً من الشعب، معبراً عن طموحاته، مجسداً لإرادته. ولهذا يشار إلى السلطات الثلاث أحياناً بأنها «وظائف ثلاث لسلطة واحدة»، من منطلق أنها تصب كلها في خانة واحدة، هي تحقيق المصالح العليا للأمة بمشاركة الجميع، واحترام كامل لمعادلة الحقوق والواجبات، يرتبط فيه حق القبول الذي تطلبه السلطة مع واجب الخدمة العامة التي تؤديها. وبدون هذا كله، يفقد النظام الديمقراطي معناه، ويتحول من تراضٍ صريح بين إرادات حرة إلى سيطرة مبنية على الإكراه، أو المراوغة أو التزوير، ويصبح الأمر آنذاك تسلطاً وتعسفاً وجوراً. وعندها تفقد السلطة، أي سلطة، مشروعيتها، وحقوقها في القيادة أو في المساءلة[٨]. وتصبح الديمقراطية آنذاك مجرد واجهة للفوضى السياسية، التي يمكن أن تقود إلى طريق مسدود أو إلى فتنة لا تبقي ولا تذر.

ثالثاً: أخلاقيات المهنة الصحافية وعلاقتها بالسلوك الاجتماعي

إن أخلاقيات المهنة الصحافية تتباين في تفاصيلها من مؤسسة إعلامية إلى أخرى، ومن بيئة إعلامية إلى أخرى؛ فهي ليست علماً من العلوم يستند إلى قواعد محددة، وإذا اختلف المختصون بالصحافة والإعلام في ذلك، فلا توجد مدوَّنة قواعد

---

(٨) أنور الهواري، «الإعلام البديل: التوجهات والتمويل،» إسلام أون لاين (١٧ آذار/ مارس ٢٠٠٩)، <http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA_C&pagename=Zone-Arabic-News/NWALayout&cid=1236509068975>.

عالمية تحكم هذه الأخلاقيات، فالبعض يعدّها علماً من العلوم الاجتماعية، بينما يخالف البعض الآخر هذا الرأي؛ وهي مع ذلك تنبع من خبرات مكتسبة وممارسات تولد لدى الصحافيين الحكمة في التعامل مع إشكاليات مهنية لا تحكمها قوانين، وتسمح في النهاية باتخاذ قرارات أخلاقية سليمة تنسجم وقيم السلوك الاجتماعي لأي مجتمع[٩].

إن مفهوم أخلاقيات المهنة الصحافية يظهر كلما التزم الصحافي، سواء أكان مراسلاً أم مندوباً أو حتى كاتباً، بخطوات وضوابط المهنة وحرفيتها، وبالسعي إلى معرفة الحقيقة ونشرها على الملأ لتكون فيها خدمة للجمهور، بعيداً من أي أغراض مصلحية أخرى[١٠].

وفي هذا السبيل، تطرح مؤسسات إعلامية كبرى من وقت إلى آخر ما يطلق عليه «دليل الإرشاد الإعلامي»، في محاولة منها لمساعدة الصحافيين على التعامل السليم مع أي عقبات وإشكاليات تواجههم.

١ ـ مبادئ المهنة الصحافية

أ ـ الدقة أمر مقدس في جميع الأحوال.

ب ـ السعي دائماً إلى تحقيق التوازن في ما يكتب، وعدم التحيز.

ج ـ الكشف دائماً لرئيس التحرير أو للمحرر المسؤول عن أي تضارب في المصالح.

د ـ احترام المعلومات عند الاطلاع عليها بالصفة المهنية، وحماية مصادرها وعدم كشفها للآخرين.

هـ ـ عدم الاختلاق أو الانتحال، وعدم دفع أموال لقاء خبر، وعدم قبول رشوة لتحريف الحقائق.

و ـ عدم إدخال أي تغيير على صورة فوتوغرافية أو تلفزيونية، عدا ما تقتضيه متطلبات تحسين الصورة العادية.

---

(٩) ستيفنس، البث الإذاعي، ص ٤٨٤.

(١٠) سعيد مقدم، أخلاقيات الوظيفة العمومية: دراسة النظرية التطبيقية (الجزائر: دار الأمة للطباعة والترجمة والنشر والتوزيع، ١٩٩٧)، ص ٥١.

٢ ـ الإرشادات والنصائح المهنية

إذا كانت المبادئ التي ذكرت آنفاً ترتكز على أسس مهنية في المقام الأول، ولا تتطرق بشكل مباشر إلى نوعيات معتادة من القضايا ذات البعد الأخلاقي يواجهها الصحفي من وقت إلى آخر، فإن الأهم هي النصائح والإرشادات التي تساعد الصحفي في التعامل مع القضايا التالية:

أ ـ علاقة الصحفي بالمعلومات والمصادر

يتطلب من الصحفي التحلي ببعض المواصفات التي من شأنها أن تحافظ على خصوصية المعلومة، وعلى العلاقة بينه وبين مصادره لإدامة الصلات، ومنها:

(١) يجب ألا تؤثر العلاقات الشخصية بين الصحفي والمسؤول، وألا تطغى على صدقية المهنة الصحفية، لأن العلاقة شخصية في حين إن المعلومة مِلْك للناس جميعاً.

(٢) عدم الكشف عن هوية المصدر المجهول إلا لمن هم بحاجة إليها فعلاً داخل المؤسسة الإعلامية، وعلى الصحفي طمأنة مصدره بأنه سيتصدى لأي محاولة لمعرفة هويته إذا اتفق معه على إبقائه مجهولاً.

(٣) أن يكون الصحفي واثقاً من نفسه، بعيداً من الرضوخ للتأثيرات الجانبية، مثل تلقّي الرشاوى، من هدايا وأموال وغيرها.

(٤) الابتعاد عن الأساليب غير المشروعة عند الحصول على المعلومات الخبرية، مثل سرقة المعلومات أو شرائها بثمن، أو التنازل عن قضايا مقابل ذلك.

ب ـ علاقة الصحفي بالسلطة

تختلف العلاقة بين الصحفي والحاكم من مجتمع إلى آخر، وقد يبرز الاختلاف بين المجتمعات النامية والمجتمعات المتقدمة في هذا الموضوع؛ ففي المجتمعات النامية، وتحديداً في وطننا العربي، تصبح إشكالية تسلط الحاكم على الصحفي عقبة كبيرة تؤثر في نوعية القصة الخبرية ومدى فائدتها للناس جميعاً، وتتحول أحياناً إلى دعاية للحاكم، إلى جانب ضغوطات الحبس وإغراءات المال والسفر. وسبيل الصحفي هو التمسك بالقواعد المهنية لسد جميع المنافذ أمام من يريد الإضرار به وبمهمته الصحفية.

ج ـ علاقة الصحفي بالناس

الصحافة صوت الناس، ووجودها مقترن بوجود الناس وتعدد حاجاتهم ورغباتهم وميولهم وتظلماتهم، وبعكس ذلك فلا وجود لها. ومن هذا المنطلق، فإن موضوع الصحافة هو الناس أولاً وأخيراً. ولا بد للصحفي من أن يبذل قصارى جهده لفائدة الناس، وتقليل الأضرار التي تلحق بهم، وهذا يتطلب الالتزام بالخطوات الآتية:

(١) الإنسان قيمة مثلى في الحياة، وعلى الصحفي الابتعاد عن التميز الجنسي والعرقي والديني والمذهبي والوضع الاجتماعي لجميع الناس، لأن خدمة الإنسان أعظم قيمة في رسالة الصحفي، وهذه تعكس ثقافة المجتمعات وسلوكيات الناس فيها، سواء كانوا صحفيين أو أطباء أو مدرّسين...[١١].

(٢) أن تكون الدقة والأمانة سبيل الصحفي عندما يتناول أوضاع الناس العاديين بالعرض في رسالته الصحفية المكتوبة أو المصورة، وأن يبتعد قدر الإمكان عن أساليب التجريح بمشاعرهم، لأنه جزء منهم مهما يكن الأمر.

(٣) إن أفضل وسيلة لتجنب إلحاق الضرر بالناس هي عرض الحقائق كاملة غير مجتزئة، وطرح جوانب أي خلاف بالكامل، وبلغة محايدة تماماً، ليس فيها تهويل ولا تهوين، ولا تزرع أملاً كاذباً أو تثير إحباطاً بلا داعٍ. وإذا كان هناك معلومة ناقضة وتعذّر استكمالها، فليفصح الصحفي للقارئ عن ذلك بوضوح[١٢].

ويتبين من ذلك أن هناك مساحات رمادية كثيرة يشتبك معها الصحفي في عمله، ويجد نفسه مطالَباً باتخاذ قرارات ذات بعد أخلاقي بشأنها. وقد يضيء أخذ ما سبق عرضه في الحسبان، من مبادئ ومحددات، الطريق أمام الصحفي، ويجعله يتخذ القرار الأقرب إلى الصحة؛ فقواعد المهنة الصحفية تشكل التزاماً أخلاقياً ما دام الصحفي متمسكاً بمهنة لصيقة بهموم الناس وحاجاتهم. بل إنه أصبح في هذا المسار ملْكاً للناس، ذلك بأن مهنته ليست وظيفة بقدر ما هي رسالة إنسانية تستهدف مساعدة الناس والوقوف إلى جانبهم دائماً. كما توصلت الدراسة إلى أن ثقافة الإنسان تنبع من ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه، باستثناء حالات فردية، وكلما كان الصحفي واعياً ومحباً

---

(١١) انظر حديدان زهير، في: **الموسوعة الصحفية العربية**، ٦ ج (تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ١٩٩١)، ج ٤، ص ١٢٩.

(١٢) الهواري، «الإعلام البديل: التوجهات والتمويل».

للخير، كان قريباً من الناس ومخلصاً لمهنته. وهذا الشق الأخير يكشف مستوى الثقافة والسلوك الاجتماعي العام اللذين تربى عليهما[١٣].

رابعاً: السلطة الرابعة

مع التطورات السياسية التي عرفتها بلدان غربية في القرنين الماضيين، ظهر تعبير يشير إلى سلطة جديدة، ليست دستورية بقدر ما هي سلطة أمر واقع ترتبط بحركة الجماهير، وأصبحت، في مراحل معيّنة، قوة قادرة على الضغط على إحدى السلطات الدستورية، وتحديداً السلطة التنفيذية[١٤].

وأصبح لحركة الجماهير اسم جديد هو «الرأي العام»، وبرز إلى جانبه تعبير الإعلام كسلطة رابعة مضافة إلى السلطات الثلاث الدستورية. لكن هذه السلطة ليست دستورية بقدر ما هي سلطة شعبية تستمد قوتها من ضغط الشارع وضجيج صوته عندما يطالب بحقوقه الشرعية المتعددة. وقد رفض البعض هذا المفهوم الجديد في بادئ الأمر، متمسكاً بحرفية الشرعية الدستورية الغائبة، بينما نادى به البعض بحماسة كبيرة، معتبراً أن الجمهور هو مصدر التشريعات الدستورية، وأن الأخيرة تمثل ضماناً لحقوق الجمهور، وأحياناً بدون إدراك توفر العناصر الضرورية لشرعية وجود السلطة، وأولها قبول واجب المساءلة قبل المطالبة بها كحق مشروع.

إن السلطة التنفيذية في الأنظمة الشمولية استخدمت الإعلام كأداة تطويع جماهيري، تنتزع به شرعية التعبير عن إرادة شارع استنفرته صناعياً بفضل شعارات وطنية أو شوفينية، وحولته إلى جموع هائجة تتضاءل أمامها حجة الفكر والمنطق. ولكن الوضع تغير بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية، ثم تغير كل شيء بعد سقوط حائط برلين. وتطور مضمون الرأي العام من حركة جماهيرية تميزت أحياناً بعنف الطرح أو بعفويته إلى حركة موازية لنشاط الطبقة السياسية، حملت في مراحل معيّنة اسم «المجتمع المدني»، الذي يعتمد إلى حد كبير على نشاط جمعيات غير سياسية أو تجمعات شعبية ترتبط بتحركات معيّنة، انتخابية أو ظرفية. وقد أعطى انهيار الفاشية والنازية، ثم النظم الدكتاتورية في أوروبا الشرقية وبعض دول آسيا وأمريكا اللاتينية، وتطور الممارسة

---

(١٣) فاضل محمد البدراني، «المسؤولية الإنسانية لوسائل الإعلام في الحروب: قراءة تفكيكية في مهنية الأداء والضمان القانوني،» **المجلة العربية للعلوم السياسية**، العدد ٢٧ (صيف ٢٠١٠)، ص ٧٧.

(١٤) إيرفينغ فانغ، **الأخبار الإذاعية والتلفزيونية**، ترجمة أديب خضور (دمشق: [د. ن.]، ٢٠٠٩)، ص ١٠.

الديمقراطية في العديد من بلدان العالم الثالث[١٥]، فرصة للصحافة لكي تنتزع، بفاعلية متفاوتة، تأثيراً ودوراً (كسلطة رابعة) ارتبط حجمهما بدرجة تطور المجتمعات وحيوية تنميتها الوطنية، بخاصة بعد أن اتسع مفهوم العمل الإعلامي ليشمل المجال السمعي البصري بفضل الثورة التكنولوجية المعاصرة، من الفضائيات إلى الإنترنت.

١ ـ الاستثمار وشرعية السلطة الرابعة

إن مسألة التوسع في طرح نسخ متعددة من وسائل الإعلام، بهذا الكمّ الهائل الذي تشهده الساحات الدولية في الوقت الحاضر، تمثّل إثراء للممارسة الديمقراطية، وترسيخاً لها، وتطويراً لنوعية التعامل بين السلطات الدستورية نفسها. لكن ما عُرف من أسرار الحرب العالمية الثانية، ثم من تفاصيل المواجهات العربية ـ الإسرائيلية، وأخيراً بعض ما نُشر من خبايا حربي الخليج ١٩٩١ و٢٠٠٣ على وجه التحديد، أثار قدراً من المخاوف على مستقبل الممارسة الديمقراطية، عندما تأكد استغلال سلطة الإعلام وإمكاناته لمصلحة طرف معيّن ولحساب طرف آخر، بكل ما يمكن أن ينتج من ذلك من تضليل للشعوب، وتشويه لدور المؤسسات الدولية، وانتقاص لحق المواطن في الإعلام الموضوعي ولحق الصحفي في الوصول إلى الخبر[١٦]، الذي تكون بدايته معلومة، وهي حاجة معرفية للإنسان كفلتها القوانين الإنسانية الدولية بموجب اتفاقيات جنيف ١٩٤٩[١٧].

وجاءت التحولات الدولية الناجمة عن العولمة، وبروز صراعات جديدة أُطلق عليها مفهوم «صراعات العولمة» واختلط فيها المال بالعقائديات، لتطرح احتمال استثمار الإمكانات التي توفرها التكنولوجيا المتطورة لوسائل الإعلام، لكي تهدد سلامة الدول الفتية، التي اختل توازنها نتيجة الطفرة النفطية، ولتخرب المجتمعات التي اختلط أمامها ما يجب أن تحافظ عليه من ثوابت وما يجب التخلص منه من محرّمات وهمية (تابو)[١٨]. وأصبح هذا كله يهدد حريات المواطن الأساسية، وينذر بجعل الإعلام أداة

(١٥) منصور بوداغر، «السلطة الرابعة.. و«نقاباتها»،» موقع لبنان الآن (١٠ تموز/ يوليو ٢٠١٠)، <http://www.nowlebanon.com/arabic/NewsArchiveDetails.aspx?ID=184710>.

(١٦) عبد العزيز الهياجم، «السلطة الرابعة.. حقوق والتزامات،» المؤتمر نت (١٥ شباط/ فبراير ٢٠٠٩)، <http://www.almotamar.net/news/67427.htm>.

(١٧) «تقرير يتعلّق بالمصطلحات الخاصة بقانون النزاعات المسلحة،» اللجنة الدولية للصليب الأحمر الدولي (جنيف ٢٠٠٨)، ص ١٨.

(١٨) الهياجم، المصدر نفسه.

لتحقيق أهداف ليست هي بالضرورة الأهداف المشروعة للمجتمع بكل شرائحه وفئاته. من هنا أصبح من حق الإعلام في أي بلد أن يطالب الدولة بأن:

أ ـ توفر لوسائل الإعلام الحماية الضرورية التي تمكنها من القيام بدور الطرف الكامل الحقوق في التعامل مع القضايا العامة.

ب ـ ترفض أن تكون مخلب قط لأي سلطة، وعلى وجه التحديد سلطة غير دستورية.

ج ـ تعامل وسائل الإعلام كسلطة شرعية باعتبارها تمثّل الرأي العام، بمعنى رأي المواطنين، بغض النظر عن الانتماءات الحزبية أو العقائدية.

د ـ تسهر على تنظيم قطاع الإعلام، على أساس أن قاعدة ممارسة السلطة في المفهوم الديمقراطي هي احترام معادلة الحقوق والواجبات.

هـ ـ تحديد مجالات العمل بدقة وموضوعية، بحيث تحترم سيادة الشعب وحقوق المواطن وفعالية المؤسسات، مع الحفاظ على هيبة الدولة وحسن أداء مختلف أجهزتها.

ومعنى هذا، باختصار شديد، أن الإعلام يمكن أن يكون سلطة مشروعة إذا قبل بالشروط الموضوعية لمشروعية أي سلطة، وهي القبول الشعبي بها، وفسح المجال للرأي الآخر، واحترام الضوابط التي يضعها المجتمع لتفادي تحول السلطة إلى تسلط. والسؤال المطروح هو: إذا كان الإعلام يجسد سلطة رابعة في مجتمعاتنا النامية، فمتى يكون خارج هذه السلطة؟ أو هل نرى إعلاماً لا يستحق هذه المنزلة؟

الجواب: نعم، لا يمكن بحال من الأحوال اعتبار بعض وسائل الإعلام مالكة لقوة السلطة؛ إذ إنها لا تتعدى أن تكون بوقاً يردد صدى السلطة، فمفهوم السلطة والتأثير هنا غير جائز لأنها تابعة للسلطة ومغلوب على أمرها، فإذا كان الطفل يقبل بالإيحاءات أكثر من الراشد، فإن هناك بعض الدول التي تعمد إلى جعل المجتمع فضاء لا يملأه غير الأطفال ليخضع لنزواتها وأهوائها وتوجهاتها.

٢ ـ الإعلام... متاهات الحرية

عندما نتحدث عن حرية الإعلام بشكل عام، والقيود والمحددات التي تقف حائلاً دون تحقيقها في كثير من البلدان، فلا بد من إيجاد النموذج العملي الذي يجعل أي باحث ومتابع يستند إلى لغة الحقائق العملية. وهذا الأمر يقودنا إلى تناول تجربة العراق

عقب الغزو/ الاحتلال الأمريكي-الغربي مطلع عام ٢٠٠٣ كنموذج، لإعطاء بعض الأمور التي من شأنها أن تعطي المدلول اللازم لصعوبة الوضع أمام رجال الصحافة والإعلام خلال ممارستهم للمهنة، وأن تكشف عن مشروعية الجمهور في الوصول إلى المعلومات ومصادرها باعتبارها حاجة بالغة الأهمية، وأن تعطي الإعلام شرعية حقيقية كسلطة رابعة منبثقة من مفهوم الرأي العام، الذي يشكل رأي الناس أو الجماهير السند القانوني له.

وقد أفرزت مرحلة الفتنة، التي عمّت العراق وكانت من نتاج الاحتلال، نتائج سلبية في واقع العمل الإعلامي، وهي أنها:

أ- أعطت بعض دعاة الإعلام والصحافة صلاحيات تتجاوز حقوقهم المشروعة؛

ب- حرمت إعلاميين متميزين حقوقاً هي من صميم حقوقهم المشروعة؛

ج- سلبت بعض الصحفيين المتميزين حرية العيش عندما سخرت أيادي آثمة لقتلهم؛

د- أخلت بالتوازن في صميم المهنة الصحفية عندما حاول بعض المنابر الإعلامية أن يكون سلطة فوق جميع السلطات؛

هـ- شجعت البعض من الإعلاميين أو دعاة الإعلام هنا أو هناك، بما مهد لتجاوزات أصابت هؤلاء بالدوار فراحوا يعطون أنفسهم دوراً يتجاوز جميع الحدود.

عند مقارنة أصول المهنة في بلدان ديمقراطية وما جرى في العراق، يتبين أن الإعلام هو صاحب الكلمة والسلطة، وعداه يمثل عربدة ليس إلا. وعلى الرغم من حالة الفوضى، فقد سلكت مؤسسات إعلامية عراقية، بإدارة وأدوات عراقية، خطاً مهنياً رفيع المستوى، ومارست الضغط على تجاوزات السلطتين التشريعية والتنفيذية، ونجحت في تشكيل الرأي العام في مناسبات عدة.

ومع ذلك، يظل التساؤل حول ما إذا كان الإعلام سيبقى متبوّئاً الدرجة الرابعة بين السلطات، أم أنه أصبح سيد السلطات، باعتباره صاحب قوة رهيبة تظهر من خلال التباين بين الهيكل التقليدي لأجهزة الدولة، ويمتلك القدرة الانسيابية المخترقة للأفكار، التي تسرق الجميع بعفوية وتلقائية في منظومتها، وبالتالي يصبح من غير الممكن الانفلات من نفوذه الذي ليس له تأثير فعلي في مفهوم السلطات الأخرى، التي لا تفرض نفسها إلا من خلال قوة الردع والعقاب والتخويف من العقوبات القانونية، لكنه يستطيع تحويل

المشاهد إلى أداة فاعلة مؤثرة، كاسراً قيود المتابعة السلبية المشاركة في صنع الحدث بالتحريض والتوجيه وإشعال الثورات السياسية، أو بتحريض جهة ضد أخرى، وإسقاط أنظمة بإشعال الفتن من خلال الضغوطات السياسية، أو ما يسمى «الثورات البيضاء»، بنفوذ الإعلام الأفقي، الذي لا يمكن أن يؤثر إلا بوجود حرية تكون هي الوقود المحرّك له[١٩].

٣ ـ سلاح السلطة

تسرد الصحف المحلية الأمريكية، كبيرة أكانت أم صغيرة، فصول الأحداث اليومية لحياة بلدنا وحياة شعبنا... فلو جمعناها لوجدنا أهم صحف مجتمعاتنا المحلية لا تروي قصة الحرية الأمريكية فحسب، بل هي تلك القصة. هكذا تحدث كولن باول، وزير الخارجية الأمريكية الأسبق، في خطاب ألقاه أمام جمعية الصحافة الأمريكية (٢٥ آذار/ مارس ٢٠٠١) عن حرية إعلام يُحسب له ألف حساب في الرقعة الإعلامية بتعداداته. وهو ما يذكّر بمقولة لنابليون مؤداها أن تأثير ثلاث صحف معادية يفوق تأثير أكثر من ألف بندقية، وقد كان ذلك منذ حوالى قرنين من الزمان، عندما كانت وسائل الطباعة والتوزيع محدودة جداً، ولا تعرف انتشاراً واسعاً.

إن العالم اليوم يواجه، إلى جانب التحدي الاستعماري بالقوة العسكرية، ثم التحدي الاقتصادي بالارتباط بمراكز الهيمنة الاقتصادية العالمية، مثل صندوق النقد الدولي والنظام الرأسمالي ونظام الخصخصة، تحدياً حضارياً بوسائل الإعلام؛ فالدول تتسابق إلى التسلح، لكنها في الوقت نفسه تتسابق إلى امتلاك السلاح الإعلامي، الذي يخول لها الوجود في معارك وحروب إعلامية، وما يقال عنها من أنها تشمل وتعم جميع المجالات، الفكرية منها والسياسية والاقتصادية والعسكرية والدينية والعقائدية ...

وللوقوف بقدر من العمق على ملامح هذه الحرب الإعلامية سنحاول أن نقف ولو باختصار شديد جداً ـ على أمل التوسع في مواضيع أخرى ـ على المجال الإعلامي الديني في وسائل الإعلام، منطلقين من أسئلة متعددة ومستحضرين سلسلة النكسات الحضارية والعسكرية التي تشهدها وتعيشها الأمتين العربية والإسلامية في هذا العصر، لنختم قولنا: هل الخطاب الديني الإعلامي قادر على إحداث ثورة مجتمعية مستفيداً من ثورة الإعلام؟

---

(١٩) البدراني، «المسؤولية الإنسانية لوسائل الإعلام في الحروب: قراءة تفكيكية في مهنية الأداء والضمان القانوني».

خامساً: فاعلية جيل سلطة الإعلام الخامسة(*)

لم تعد السلطة الرابعة، المتمثلة في الإعلام التقليدي بوسائله القديمة، قادرة على الصمود أمام اجتياح السلطة الخامسة، المتمثلة في مختلف المواقع الإعلامية المنتشرة عبر الشبكة العنكبوتية، كـ «فيس بوك» و«يوتيوب» و«تويتر» والمدوّنات الشخصية.

وقد ساد مفهوم السلطة الرابعة في القرنين التاسع عشر والعشرين بكونه مفهوماً رقابياً على السلطات الأخرى، لكنه أخذ يتلاشى مع ظهور الإنترنت، الذي غيّر معالم الحياة، وأصبح القوة المسيطرة، وهو ما أجبر الصحافة على إجراء تغييرات هيكلية للبقاء والمنافسة. ولعل أبرز العوارض التي أصابت الصحافة بفعل تمدد الإنترنت تناقص أرقام التوزيع، وتضاؤل إيرادات الإعلانات، وتناقص القراء، كما هو الحال الذي تشهده حركة الصحافة في العالمين الغربي والشرقي، مع الإشارة إلى أن الصحف البريطانية تُعتبر الخاسر الأكبر في هذا التحول التكنولوجي؛ إذ اضطرت إلى إجراء تغييرات شكلية، فاعتمدت النظام النصفي في حجم الصحيفة، باستثناء صحيفة **الديلي تلغراف**، التي ما زالت محافظة على حجمها.

وتقييماً لهذا الوضع، لن يكون بمقدور سوق الصحف تحمّل أكثر من صحيفة واحدة بسبب تضاؤل أهميتها لدى القراء، حيث إن هذه المتغيرات أفرزت ما يسمى الصحافة المدنية التي تحاول الوصول إلى الجمهور بشكل مكثف من خلال التقارير المختلفة، والنزول إلى القارئ، وتلبية طلبات الجمهور[٢٠].

إن الحاضر والمستقبل سيكونان تحت سيطرة السلطة الخامسة عبر المنافذ والمواقع الإلكترونية الآنفة الذكر، وقد تحول ميزان القوة من حراس البوابة في الصحافة التقليدية إلى السلطة الخامسة المتمثلة بالمواطنين، حيث اكتسبت شرعيتها من الواقع المعيش، ولم يعد للسلطة الرابعة ذلك الحضور الذي كان يُشهد لها في القرنين الماضيين. لكن لا بد من تناول أسباب عوائق انتشار المدونات، ولا سيما في وطننا العربي، وهي ضعف القراءة لدى الجمهور، والظروف الاقتصادية، واستثمار

(*) أُطلق على آخر أجيال وسائل الإعلام المعاصرة في عصر الإنترنت مثل فيس بوك؛ يوتيوب، وتويتر بـ «السلطة الخامسة»، إذ لم يعُد للرقيب الإعلامي (التدخل الحكومي) أيّة سلطة على حظر نشر موادها لتكون في متناول المواطن أينما كان موقعه في العالم، وهي تسمية رافقت تسمية أخرى هي «الإعلام الجماهيري».

(٢٠) عبد الهادي بو طالب، «سلطة الإعلام وعلاقتها بالسلطة السياسية،» **الشرق الأوسط**، ٢٧/ ٣/ ٢٠٠٢.

جهاز الكمبيوتر للترفيه، علماً بأن هناك تنامياً في عدد المهتمين بصحافة المواطنين في الوطن العربي، على الرغم من تلك العوائق[٢١]. وفي هذا الصدد، **نخص الـ «فيس بوك» بالبحث، بوصفه واحداً من أوجه السلطة الخامسة.**

لا يوجد وصف جاهز أكثر انطباقاً على الـ «فيس بوك» في جانبه «الإعلامي» (إذا سلمنا جدلاً بأنه يتوافر فعلاً على هذا الجانب في أدنى تعريفاته ووظائفه، أي نشر المعلومة وإيصالها إلى شريحة واسعة من المتلقّين) من كونه «سلاحاً ذا حدين»؛ فمثلما أنه يستطيع، كوسيلة إعلامية جديدة «مالئة الدنيا وشاغلة الناس»، أن يكون أداة مثلى للقفز على حواجز الإعلام الحكومي المتخشب، ومن بينه الإعلام العربي، فإنه يستطيع أيضاً أن يكون مرتعاً خصباً للإشاعة والمعلومة المضللة، ومن ثم بث الوعي الموهوم. وما هو أبعد من ذلك هو أن لا شيء يمنع الحكومات، التي يُطرد إعلامها من الباب، أن تعود من شبّاك الـ «فيس بوك» كي تروّج لسياساتها بطرق شتى وغير مباشرة؛ إذ إن الـ «فيس بوك» فرض نفسه إعلاماً بديلاً يروج كمّاً كبيراً من الأطروحات المتناقضة؛ فالبعض يعتبره خير ما يستطيع القيام بدور هذا الإعلام المنشود، بينما ينفي البعض الآخر عنه كل إمكانية للقيام بذلك الدور.

ولا شك في أن دور الشبكات الاجتماعية، ومن بينها الـ «فيس بوك»، في نحت الوعي المعاصر بديل معقول من التواصل الإنساني المباشر. وقد «أثبت الكثير من الوقائع والدراسات مدى تأثير هذه الشبكات في وعي الإنسان وتصرفاته. ولعل السبب الأول في ذلك يعود إلى التفاعل مع الآخرين، والاطلاع السريع على الأحداث العالمية». وتعتبر «هذه الشبكات سيفاً ذا حدين، ففي الوقت الذي جعلت فيه الإعلام والإعلان بحاجة ماسة إلى صناعات إبداعية جديدة يواجهان بها التحديات ويجذبان المستهلك، خلقت سبل تواصل جديدة بين الناشرين والمعلنين من جهة والجمهور من جهة أخرى». وزاد من هذا بمقدار أكبر دخول هذا الإعلام الرقمي الجديد، الذي يطلق عليه «السلطة الخامسة» وما يستعاض عنه بمصطلح «الشبكات الاجتماعية»، في الأزمات السياسية للدول، بحيث شكلت سلطة الإعلام الخامسة عامل ضغط كبير في انتخابات الولايات المتحدة في نهاية عام ٢٠٠٨، وكذلك في حرب غزة، وفي أزمة الرئاسة المصرية لفترة ما بعد حكم الرئيس حسني مبارك.

---

(٢١) علي بن شويل القرني، «الإعلام التقليدي غير قادر على الصمود أمام السلطة الخامسة،» موقع الجمعية السعودية للإعلام، <http://www.samc.org.sa/ar/readnews.aspx?id=13>.

ويلاحَظ أيضاً دور هذه السلطة الخامسة في حركات الاحتجاج؛ ففي حدود ١٨ ثانية على الإنترنت، يتحول الغاضب بعد ذلك إلى مشارك مجاني لا يتحمل كلفة المشاركة والنزول إلى الشارع!.. وفعلاً بدا الأمر بارزاً جداً في الأحداث الأخيرة التي أعقبت الانتخابات الرئاسية الإيرانية، وطرحت سؤالاً مهمّاً حول دور الشبكات الاجتماعية في نقل الحدث وتوصيفه، حتى إن البعض طرح سؤالاً حول دور هذه الشبكات في تغيير الأنظمة وتحديد شكل العالم الجديد. هذا التأثير الإعلامي اعترف به كبار المسؤولين في الدول المتقدمة، منهم، مثلاً، رئيس وزراء بريطانيا السابق غوردون براون الذي رأى «أن السياسة الخارجية ستتغير بفضل الإنترنت، واصفاً حقبة الإنترنت بأنها أكثر صخباً من أي ثورة اقتصادية أو اجتماعية»، واعتبر أن «ثورة المعلوماتية كانت لتمنع الإبادة الجماعية لأن أي معلومة ستخرج إلى العلن بسرعة والرأي العام سيتحرك». وفي أحداث العنف الإيرانية التي تلت نتائج الانتخابات واحتجت فيها المعارضة على إعلان فوز الرئيس أحمدي نجاد بولاية ثانية، تحولت وسائل السلطة الخامسة إلى إعلام، أبطاله أو نجومه مواطنون عاديون بدلاً من المراسلين الذين منعتهم السلطات الإيرانية من العمل.

وانتقلت هذه الشبكات الاجتماعية إلى تحمّل مسؤولية أن تكون مصدراً أساسياً للمعلومات وأشرطة الفيديو وشهادات الناس؛ فـ «المواطن الإعلامي» لجأ إلى تصوير الأحداث على هاتفه أو كاميرته الرقمية، ومن ثم وضع أشرطة الفيديو على الشبكات الاجتماعية حتى باتت مؤسساتٌ إعلامية كبرى، مثل الـ CNN والـ BBC News، تأخذ قدراً كبيراً من المعلومات الموجودة على «التويتر» وعدداً من الأشرطة المحمّلة على الـ «يوتيوب». وهنا نذكر، على سبيل المثال، طلب الـ CNN من مستخدمي «تويتر» أن يدلوا برأيهم في مدى نجاح التظاهرات في تغيير مسار الأوضاع في إيران مستقبلاً. وفي رأي الكثير من المختصين والمتابعين لهذه الإشكالية وأسلوب تناولها إعلامياً أن «دور الشبكات الاجتماعية لم يقتصر على الإعلام أو نقل الحدث إلى الخارج، بل كان له دور أساسي وحاسم أيضاً في تنظيم العديد من المعارضين في الانتخابات الإيرانية، وفي تحديد أماكن التظاهرات وجمع المعلومات وتبادلها.

لقد ساعدت هذه الثورة بعض التقنيين المعروفين والمواقع العالمية، كالموقع الذي أنشأه الأمريكي إريك ريموندس وسمّاه «ندى نت»، تيمناً بالشابة الإيرانية ندى آغا سلطان التي قُتلت في ٢٠ حزيران/يونيو ٢٠٠٩ في أثناء الاحتجاجات التي تلت الانتخابات الرئاسية الإيرانية، في تمكين المحتجّين من التواصل بحرية مع المتعاطفين

معهم في مختلف أنحاء العالم. ومن خلال معالجة شبكات الإعلام الاجتماعي لقضايا كثيرة، صار «الإعلام الرقمي» أكثر من سلطة خامسة، بل أقوى تأثيراً من الصحافة نظراً إلى بساطة الكتابة والصورة والفيديو والصوت، التي تحولت كلها إلى عوامل للخروج بسلطة المواطن الصحافي، وهذه هي الفاعلية المطلوبة[٢٢].

غير أن سعيد الأمين، رئيس تحرير إحدى الجرائد الإلكترونية، يرى أن من المبكر القول بتحول الـ «فيس بوك» إلى إعلام بديل في الوطن العربي، وذلك بسبب ضعف القراءة وقلة مستخدمي الإنترنت فيه مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، نتيجة العوز المادي الذي تعانيه فئات واسعة جداً من المجتمعات العربية. بيد أن الأمين يقر بأن التدوين هو «سلطة خامسة». ونستخلص من ذلك ما يلي:

ـ إن الـ «فيس بوك» مؤهل لأن يكون بديلاً من الإعلام التقليدي، رغم هبوط مستوى التخاطب بين مستخدميه من الشباب؛

ـ ربما يلغي بعض مساوئه، مثل سيطرة الدول والحكومات عليه، ولكنه قد يعوضها بأخرى مثل غياب المسؤولية وقلة موثوقية الخبر.

ونتيجة لكل ما ورد، يثبت للجميع أن الـ «فيس بوك» يطرح على الحكومات العربية تحدياً كبيراً وغير مسبوق، وهو تحدي تطوير إعلامها وتخليصه من اللغة المتخشبة، وإكسابه المزيد من المصداقية، وتخليصه من الدعاية الفجّة لها، لأن بوجود بدائل مثل الـ «فيس بوك» لن تجد نفسها معزولة إعلامياً فحسب، بل هدفاً أيضاً لهجمات قد يصدر بعضها عن حسن نية وبدوافع وطنية، وقد يصدر بعضها الآخر عن سوء نية وعداوة لها، ورغبة في زعزعة استقرارها، وبث الفرقة في مجتمعاتها التي تبدي ممانعة ضعيفة في وجه الشائعات.

خاتمة

نستخلص من الدراسة هذه أن حرية الإعلام مطلوبة بالقدر الذي يتسع ويتعاظم فيه دوره في التفاعل مع معالجة قضايا المجتمعات، وهذه من واجبات السلطة التنفيذية، وإلا فإن المعركة لن تتوقف من طرف السلطة الرابعة (الشعبية) معها لنيل حقوقها، التي هي حقوق الإنسان، انطلاقاً من كونها صوت الناس، الذي أخذ يعلو يوماً بعد

---

(٢٢) العرب أون لاين (١٢ تشرين الأول/ أكتوبر ٢٠٠٩)، <http://www.arbsonline.com>.

آخر، يقابله تسلط الكثير من الأنظمة، حتى المتقدمة منها، في تحريف رسالة الإعلام الإنسانية. ويأتي ذلك انطلاقاً ممّا يلي:

ـ إن الفضائيات والمحطات الإذاعية والشبكة العنكبوتية غزت البقاع كلها، والصحف تطبع وتنسخ بلا عدد، وتنقل عبر الأقمار الاصطناعية في أوقات قصيرة، محققة تأثيراً تكييفياً لعقول الناس، ولا بد من مراعاة حقوق الإنسان بالقدر الكافي من المعلومات الحقيقية.

ـ تتسابق الدول إلى التسلح العسكري، لكنها في الوقت ذاته تتسابق لامتلاك السلاح الإعلامي، الذي يخوّلها أن تكون موجودة في معارك حروب إعلامية. وهذا التوجه يمثل حالة تجنٍّ على دور الإعلام المستقل ورسالته في التنوير والتوجيه والتنمية والبناء.

ـ الدعوة إلى تفعيل دور منظمات المجتمع المدني، التي هي الرأي العام، لمجابهة تسلط السلطات الرسمية على نطاق عالمي، سواء في البلدان المتقدمة أو في البلدان النامية، والمساعدة بمنح الحريات الديمقراطية للناس.

ـ ليس كل مطبوع صحفي أو بث إذاعي أو فضائي، أو حتى نص مقروء عبر الإنترنت إعلاماً يستهدف خدمة الإنسان والمجتمع وتنويره، ولا بد من تمييز ما هو أداة بيد السلطان الجائر ممّا هو وسيلة دفاع وممانعة بيد الناس ضد السلطان.

ـ تربط بين الإعلام والحريات الديمقراطية علاقة وثيقة يصعب تجزئتها في الدول الديمقراطية، في حين إن هناك بوناً شاسعاً بينهما لدى الأنظمة الشمولية والاستبدادية.

ـ إن التطور الديمقراطي لدى بعض الأنظمة الغربية ارتقى إلى منح الإعلام موقع السلطة الأولى، بينما لم ينل الإعلام في أغلب الدول النامية حتى مفهوم السلطة الرابعة.

فهرس

- ب -

- ت -

- ث -

- خ -

- د -

- ر -

- س -

- ش -

- ص -

- ض -

- ط -

- ع -

- غ -

- ف -

- ق -

- ك -

- ل -

- م -

ـ ن ـ